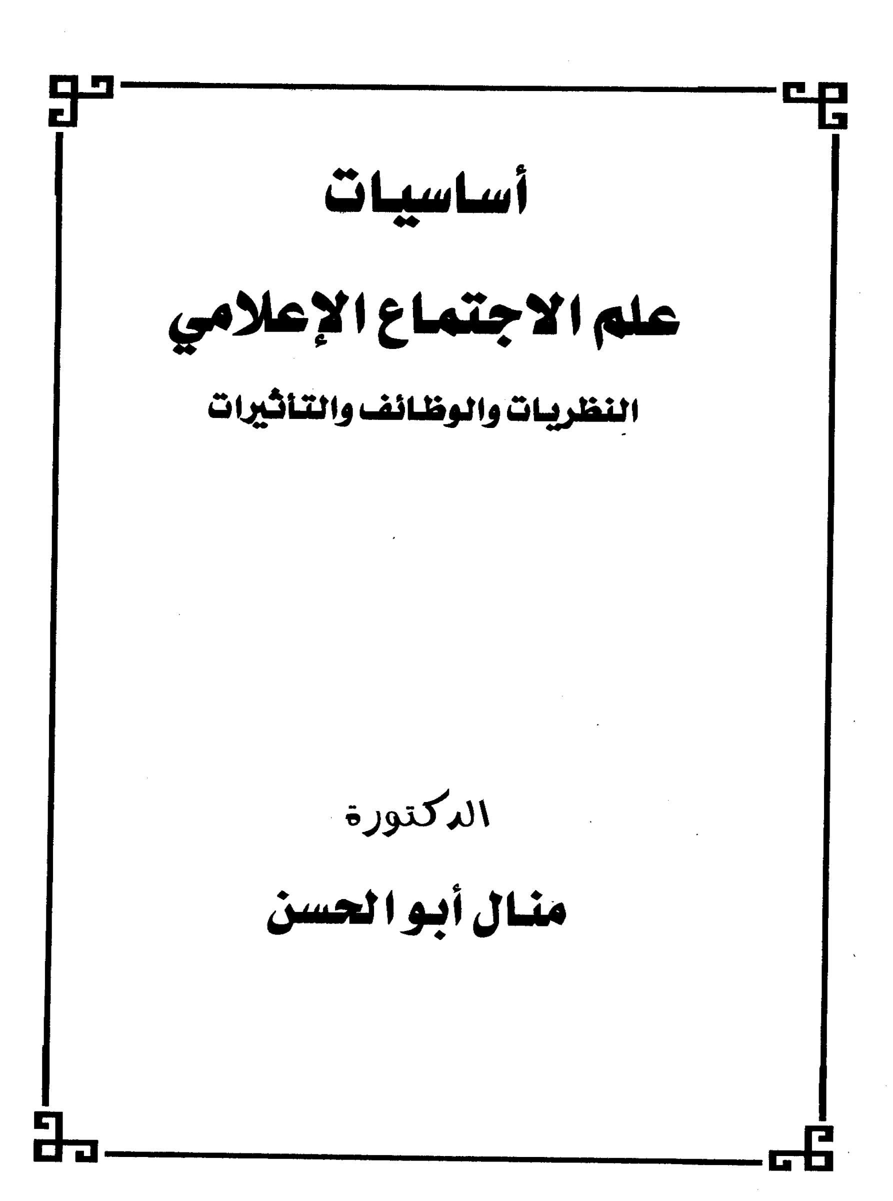


أساسيات
علم الاجتماع الإعلامي
النظريات والوظائف والتأثيرات

الدكتورة
منال أبو الحسن

بطاقة فهرسة

فهرسة أثناء النشر إعداد الهيئة العامة لدار الكتب والوثائق القومية

إدارة الشئون الفنية

أبو الحسن، منال.

أساسيات علم الاجتماع الإعلامي: النظريات والوظائف والتأثيرات/ د.منال أبو الحسن - ط١ - القاهرة: دار النشر للجامعات، ٢٠٠٦.

١٧٦ص، ٢٤سم.

تدمك ٧ ١٩٢ ٣١٦ ٩٧٧

١- وسائل الإعلام - الجوانب الاجتماعية ٢- الاجتماع - علم

أ- العنوان

٣٠١,١٦١

تاريخ الإصدار: ١٤٢٨هـ - ٢٠٠٧م

حقوق الطبع: محفوظة للناشر

رقم الإيداع: ٢٠٠٦/٢١٣٢٣

الترقيم الدولي: I.S.B.N: 977-316-192-7

الكود: ٢/١٧٨

دار النشر للجامعات - مصر

ص.ب (١٣٠ محمد فريد) القاهرة ١١٥١٨

تليفون: ٦٣٤٧٩٧٦ - تليفاكس: ٦٤٤٠٠٩٤

أساسيات

علم الاجتماع الإعلامي

النظريات والوظائف والتأثيرات

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

﴿رَبَّنَا لَا تُؤَاخِذْنَا إِن نَّسِينَا أَوْ أَخْطَأْنَا ۚ رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ عَلَيْنَا إِصْرًا
كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَى الَّذِينَ مِن قَبْلِنَا ۚ رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلْنَا مَا لَا طَاقَةَ لَنَا بِهِ ۖ
وَاعْفُ عَنَّا وَاغْفِرْ لَنَا وَارْحَمْنَا ۚ أَنتَ مَوْلَانَا فَانصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ
الْكَافِرِينَ ﴿٢٨٦﴾﴾ [البقرة:٢٨٦]

إهداء

أهدي هذا الكتاب إلى

أبي الحبيب

داعية الله له بأن لا يقطع عمله في الدنيا

وأن يسكنه فردوسه الأعلى

مقدمة

يقول الله - تعالى: ﴿وَمَآ أُوتِيتُم مِّنَ ٱلۡعِلۡمِ إِلَّا قَلِيلٗا ٨٥﴾ [الإسراء].

وإذا كان العلم والتعلم قد صاحب الإنسان منذ خلقه وقد وهبه الله إياه لكي يكون دعماً له على الحياة، وقد فضله الله به على سائر خلقه، واستحق به سجود الملائكة له، فإن هذا يعني أهمية هذه الهبة الربانية للإنسان، ومقتضى شكر هذه النعمة دوام العمل للاستفادة بها في تعمير الأرض وحمل أمانتها.

ولذلك فإن العلم يحتاج دائماً إلى الجهد البشري المتواصل وهو يتطور بتطور الإمكانيات البشرية في السيطرة على الطبيعة والتحكم في ظواهرها، وخاصة أن الله -سبحانه وتعالى- قد سخرها للإنسان وأعطاه إمكانيات هذه السيطرة.

ومع تعدد الظواهر الطبيعية وتنوعها تعددت مجالات العلم وتفرعت إلى العديد من التخصصات، ومن هذه التخصصات ما يختص بالطبيعة الإنسانية وعلاقة الإنسان بغيره من البشر، وتتطور هذه العلاقة بالعلاقة بين الرجل والمرأة والتي تكون من خلالها أول لبنة للمجتمع وهو مجتمع الأسرة وما تفرع عنه من مجتمعات أكبر تحمل خصائص تميز كل طبقة اجتماعية عن أخرى.

وعلى الرغم من الاختلاف حول بدايات العلم وأسسه وقواعده الذي يدرس العلاقات الاجتماعية والمجتمع عموما ككل إلا أن هذا الفرع من فروع العلم يهتم بدراسة البناء الاجتماعي، والعلاقات الاجتماعية، والنظم الاجتماعية، والتغيير الاجتماعي، والظواهر الاجتماعية وهو بهذا يتناول الفرد من حيث طبيعته الاجتماعية.

ولما كان الإعلام يحمل عناصر أساسية للاتصال ولا يمكن أن يتم بدون مجتمع

يوجه إليه رسالة من خلال استخدام وسائل إعلامية عديدة تتطور بتطور تقنياتها، يستخدمها جمهور معين، فإن هذا المجال لا يمكن أن ينفك عن المجال الاجتماعي وعلم الاجتماع. ويلاحظ أنه كلما تطور علم الإعلام كلما ظهرت مدى ترابطه وتوافقه مع علم الاجتماع، ولذلك فإن علم الاجتماع الإعلامي يتعلق بكل موضوعات علم الاجتماع ولكن ما يخص الجانب الإعلامي فيه. وطالما قبلنا أنه علم إذاً لابد أن يتصف بجميع صفاته من موضوعية ودقة، واستخدام مناهج علمية للبحث فيه، وقابل للتحليل والوصول إلى نتائج تستخدم لتطوير هذا الفرع من فروع العلم سواء ما يتعلق بأساليب المرسل التي يتبعها، أو في تنوع وتطور الرسائل الإعلامية، أو في تطور تقنيات وسائل الإعلام وزيادة كفاءتها، أو في زيادة قدرة الجمهور أو المستخدمين على الاستفادة من الرسائل الإعلامية لتطور سبل حياتهم وبالتالي في التأثير في عملية الإعلام ككل.

ويضع هذا الكتاب مجموعة من الأسس النظرية التي توضح مدى وأبعاد التداخل والترابط بين علم الاجتماع وعلم الإعلام وخاصة ما يتعلق بالتغيير الاجتماعي، والظواهر الاجتماعية، والعمليات الاجتماعية، وتطور النظريات الإعلامية المفسرة لها. ويتناول موضوعات أساسية لسيسيولوجيا الإعلام والتي تتيح إعطاء بعض التفاصيل النظرية والتطبيقية المتعلقة بوسائل الإعلام كظاهرة اجتماعية، ووسائل الإعلام كنسق أو نظام اجتماعي، والأنساق الحديثة لوسائل الاتصال، والإعلام والتغيير الاجتماعي، والإعلام والعلاقات الاجتماعية.

ومثل هذه الموضوعات تضع القارئ على الخطوط الأساسية والنظرية التي يستطيع من خلالها التعرف على مدى اختلاف وسائل الإعلام باختلاف المجتمعات، وتصور وسائل الإعلام كنظام أو نسق اجتماعي له دوره ووظائفه وله قدرة على التأثير والتأثر بباقي النظم الاجتماعية المحيطة بالفرد. ويعطي تصوراً

لعناصر النظام الإعلامي لتقريب الصورة حول هذا النظام والعلاقات الداخلية من عناصره ووظائفها وترابطها وأهمية بعضها لبعض.

وقد كان لتطور وسائل الاتصال الحديثة حدوث تغيرات في النسق الاجتماعي لهذه الوسائل، وتغير في طريقة إرسال الرسالة واستقبالها وطرق التأثير على الجمهور وتطورت كذلك الرؤية النظرية لهذه الأنساق الحديثة، ولهذا التطور لا تنفصل عن أصولها أو عناصر الاتصال الأساسية وربما شملت العديد من أنظمة الاتصال والإعلام وكان لها سمات أكثر اتساعاً وتنوعاً وتخصصاً وسرعة في التأثير، وربما دعا ذلك إلى تسمية المجتمعات بخصائص هذه التقنيات الاتصالية، حيث يذهب البعض إلى تسمية المجتمعات الحديثة بالمجتمعات الرقمية Digital Society .

وظهرت مداخل نظرية عديدة توضح العلاقة بين عناصر الاتصال ودرجة تأثيرها وكيف تعمل في الإطار الاجتماعي. ومدى قدرة التقنيات الحديثة في الاتصال إلى الاقتراب من خصائص الاتصال الشخصي، ثم قدرة وسائل الإعلام على إحداث التغيير في المجتمع ببث أفكار حديثة، والتأثير في العلاقات الاجتماعية ودور قادة الرأي في ذلك كوسيط بين الرسالة الإعلامية والجمهور.

ويعرض الكتاب مجالاً أساسياً من مجالات الدراسة في علم الاجتماع الإعلامي وهو الدور الوظيفي لوسائل الإعلام وكيف تتعدد هذه الوظائف وتتنوع بتنوع وسائل الإعلام وتتطور بتطورها، وتتغير بتغير الجمهور وتطوره الثقافي والعلمي وبتعدد اتجاهاته ومتطلباته، وبتطور المجتمعات، ويتم استعراض هذا الفصل من جوانبه النظرية والتطبيقية والتي تضع القارئ على رؤى العلماء لهذه الوظائف، واختلاف هذه الرؤى تبعاً لتوجهات العلماء فمنهم من يركز على قدرة وسائل الإعلام على تبادل الآراء والتدعيم للمعايير الاجتماعية السائدة، ومنهم من يرى أن

وظائفها ترتبط بالبيئة وترابط أفراد المجتمع ونقل التراث الاجتماعي، ومنهم من يركز على وظائفها للجمهور مثل الإعلام وتحقيق التماسك الاجتماعي والتواصل الاجتماعي، والتعبئة العامة ومنهم من يرى وظيفتها في تطوير مفاهيمنا والتماس المعلومات وتيسير التفاعل الاجتماعي، ولتوضيح الدور الوظيفي لوسائل الإعلام تم تناول الصحف ودورها الوظيفي في المجتمع وكذلك المجلات كنموذج لوسائل الإعلام، ولتأكيد وتدعيم هذا الجانب تم الاستعانة ببعض النظريات التي تفسر هذه الوظائف. فمنهم من له نظرة نقدية، ومنهم من له نظرة تطورية لهذه الوظائف.

ومن المعلوم أن كل وسيلة ليست خيراً مطلقاً أو شراً مطلقاً وإنما قد تحقق وظيفتها للمجتمع وقد تفشل أو تقصر وذلك لأسباب عديدة ترتبط بجميع عناصر الاتصال وما يحيط بها من مستجدات اجتماعية محلية وقومية ودولية.

لذلك فإن هذا الجانب كان له ما يوضحه من خلال تناول بعض الجوانب السلبية لوسائل الإعلام الخاصة بالوظيفة الثقافية، والوظيفة الإعلامية أو الإخبارية، والوظيفة الترفيهية.

وتعتبر دراسة تأثيرات وسائل الإعلام من أهم أركان عملية الاتصال ولعلها أكثرها صعوبة، وتتعدد النظريات المفسرة لها فمنها من يرى أن هذا التأثير يأتي مباشراً، ومنهم من يرى أن وسائل الإعلام تؤثر بشكل انتقائي على الجمهور وذلك حسب درجة وعيه وإدراكه للرسالة الاتصالية، ومنهم من يرى إمكانية وسائل الإعلام على التأثير في الجمهور ولكن بشكل غير مباشر، ويتم تدعيم هذا الجزء -لتوضيح هذه النظريات جميعاً- من خلال الدراسات الميدانية وخاصة ما يتعلق منها بالتليفزيون والدش والإنترنت والحاسب كوسيلة اتصال، ثم تختتم هذه التأثيرات بتأثير الإعلام على الثقافة اللغوية ولغته الحديثة.

وبهذا يكون الكتاب قد اتبع منهجاً أساسياً في تناول موضوع علم الاجتماع

الإعلامي وهو وضع الأساس النظري والتطبيقي لهذا العلم وموضوعاته ثم توضيح مجالين أساسيين له وهما الوظائف والتأثيرات.

ولم يغفل الكتاب تناول الموضوعات الحديثة التي توضح تطور التقنيات الاتصالية فلم يركز الكتاب على وسائل الإعلام التقليدية بل وضع القارئ على أحدث التأثيرات الخاصة بالتقنيات الحديثة لوسائل الإعلام والاتصال وتبادل الجوانب النظرية والتطبيقية لها.

والله الموفق

الفصل الأول
مدخل تعريفي لعلم الاجتماع الإعلامي

مقدمة

أولاً- العلم

ثانياً- علم الاجتماع (جدال حول البدايات والموضوعات)

ثالثاً-مفهوم الإعلام

ربعاً-مفهوم علم الاجتماع الإعلامي

خامساً-أبعاد التداخل و الترابط الاجتماعي و الإعلامي

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

﴿ وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ﴾ [البقرة: ٣١]

مقدمة

يتناول هذا الجزء العلم من حيث مفهومه ، وأهم عناصره، وأهدافه. ثم ننتقل إلى فرع من فروع العلم وهو علم الاجتماع ؛ويتم استعراض الجدال حول بدايات هذا العلم وتعريفه والموضوعات التي تتناوله، ومكانته في دراسة المجتمع. ثم يتم الانتقال إلى فرع آخر من فروع العلم في المجال الاجتماعي وهو علم الاجتماع الإعلامي؛ حيث يتم التركيز فيه حول مدى ارتباطه بعلم الاجتماع، وكيفية الدراسة الاجتماعية لوسائل الإعلام وتعريف الإعلام وعلم الاجتماع الإعلامي.

ولتوضيح أبعاد التداخل والترابط الاجتماعي الإعلامي في المجالين العلمي والتطبيقي فقد تم استعراض بعض موضوعات علم الاجتماع وكيفية ترابطها في المجال الإعلامي؛ مثل الظاهرة الاجتماعية والتغيير الاجتماعي والعمليات الاجتماعية.

***

أولاً- العلم

قدَّم العلماء العديد من تعريفات العلم وهي تتفق جميعها مع ضرورة وجود العناصر التالية لكي يتطور العمل إلى علم.

وأهم هذه العناصر:

- الحصول على قدر من المعرفة للحقائق الطبيعية.
- إمكانية السيطرة على الطبيعة.
- إمكانية تصنيف المعرفة.
- إمكانية تنظيم المعرفة.
- إمكانية الوصول إلى نتائج عامة.
- الالتزام بمنهج علمي منظم في الحصول على المعرفة.
- إمكانية الوصول إلى قوانين تحكم ظواهر طبيعية موضوع الدراسة.

وبالتالي يمكن قبول **التعريف التالي للعلم:**

العلم هو نتاج جهد بشري منظم ومنسق وهادف دائم التطور يعتمد على ما سبقه من أنشطة بشرية استطاعت الوصول إلى مجموعة من القوانين التي تحكم عمل الظواهر الطبيعية.

ويهدف العلم إلى إمكانية [1]:

-فهم ودراسة الظاهرة للكشف عن العلاقات التي تربط بينها وبين الظواهر

---

(١) محمد منير حجاب – أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية – دار الفجر للنشر والتوزيع ص١٢-١٣.

الأخرى بهدف الربط أو إدراك العلاقات بين الظواهر المراد تفسيرها وبين الأحداث التي تلزمها أو تسبقها.

- التنبؤ بإمكانية وجود الظاهرة تحت ظروف تختلف إلى حد ما عن تلك التي درست فيها.

- التحكم أو السيطرة على الظواهر الطبيعية.

***

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا﴾ [الحُجُرات:١٣]

ثانياً- علم الاجتماع

(جدال حول البدايات والموضوعات)

اختلف المهتمون بعلم الاجتماع حول بداياته وتاريخه ومؤسسيه ومن أرسى قواعده حتى اسمه فقد جادل فيه من أطلقه.

فمن يرى أن ابن خلدون (١٣٣٢م-١٤٠٦م) هو مؤسسه يرتكز على أنه استطاع أن يميز بين المجتمعات البدوية والحضرية، وأنه أول من أطلق مصطلح «الاجتماع البشري» على دراسة الظواهر الاجتماعية.

ويرى أخرون أن أوجست كونت (١٧٩٨م – ١٨٥٧م) هو مؤسس علم الاجتماع على اعتبار أنه أول من أطلق اسما لهذا العلم، حيث أطلق عليه اسم سوسيولوجيا وهو اسم مركب من اللغة اللاتينية واليونانية فالمقطع «سوسيو» Socio مشتق من الكلمة اللاتينية سوسو Socus بمعنى رابطة ويشير به إلى المجتمع، واللوجي Logy مشتق من كلمة لوجوس Logos اليونانية وتعني منطق.

و يأسف أوجست كونت لهذه الطبيعة المختلطة للكلمة، غير أنه يعود فيرى أنه يذكرنا بالمصدرين التاريخيين: المصدر الفكري والمصدر الاجتماعي اللذين صدرت عنهما الحضارة الحديثة.

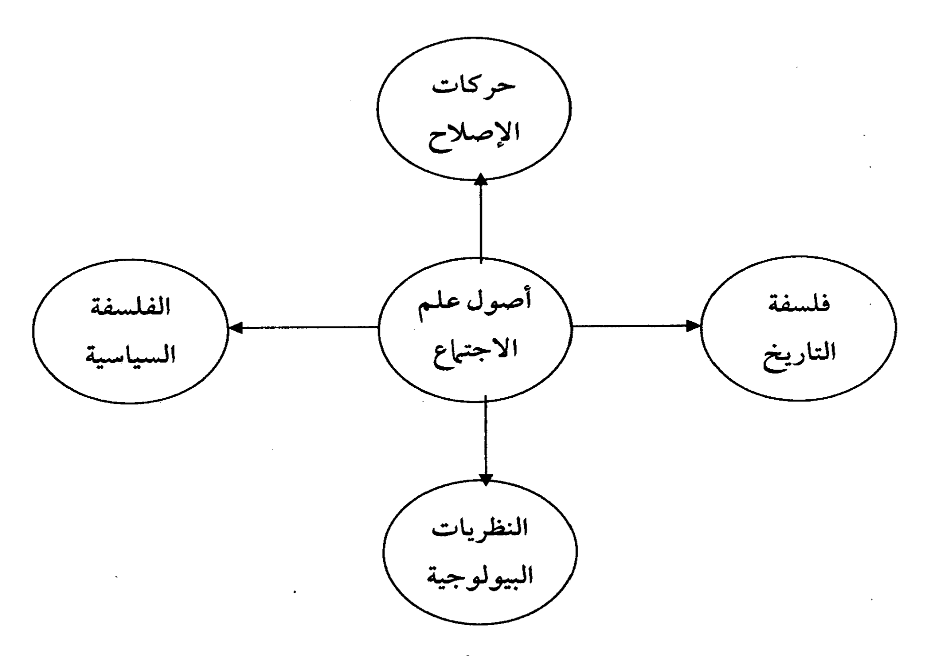
ويمكن القول بصفة عامة **بأن علم الاجتماع له أصل رباعي يتمثل في:**

١ – الفلسفة السياسية.

٢- فلسفة التاريخ.

٣- النظريات البيولوجية في التطور.

٤- الحركات التي قامت تنادي بالإصلاح الاجتماعي والسياسي[١].



شكل(١) يوضح أصول علم الاجتماع

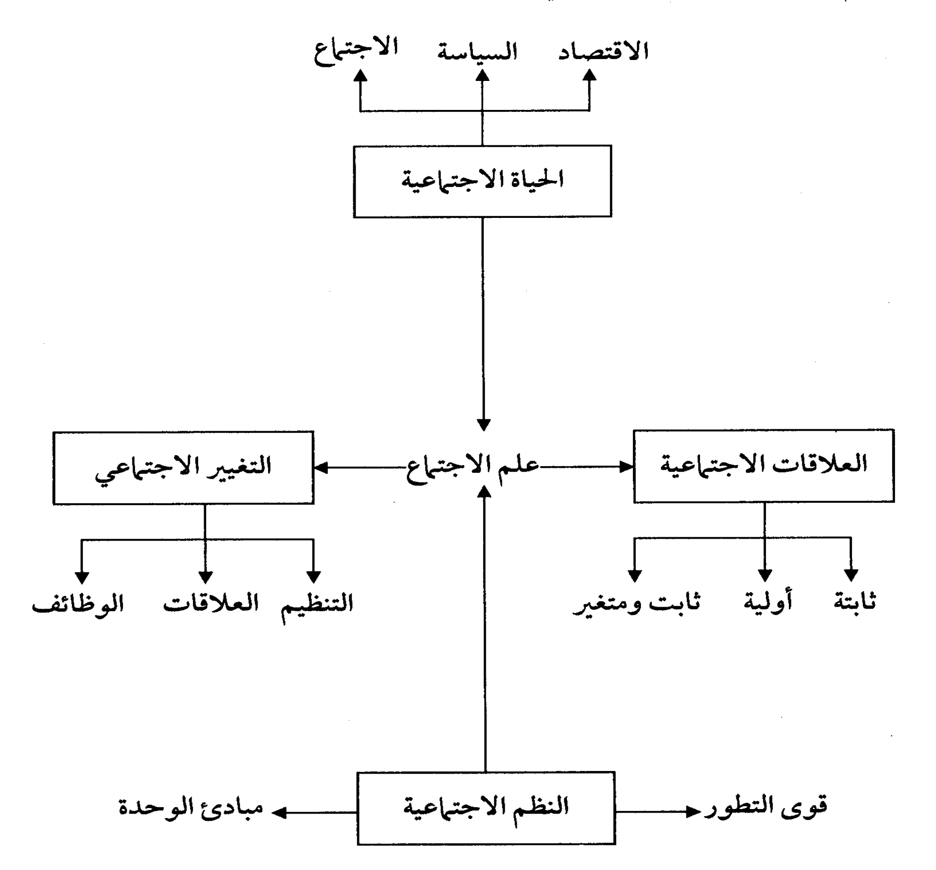
(١) محمد الجوهري وآخرون - بوتومور - تمهيد في علم الاجتماع - دار المعارف ط٥، ١٩٨١ ص٣٢.

ولعلم الاجتماع مكانة في دراسة المجتمع من حيث إنه يمثل أول علم يهتم بدراسة:

- الحياة الاجتماعية ككل.
- النسق المركب من النظم الاجتماعية والحاجات الاجتماعية في المجتمع.
- البناء الاجتماعي الذي يهتم بدراسة الأسرة والدين والأخلاق والتدرج الاجتماعي والحياة العصرية. كما ينظر للبناء الاجتماعي بوصفه كل العلاقات الاجتماعية التي تنشأ بين الأشخاص بوصفها جزء من البناء الاجتماعي [1].

(١) محمد الجوهري وآخرون – المرجع السابق ص ١٦٣.

أما موضوعاته فقد حظت بجدال شديد حول الجوانب التي يجب أن يتناولها ويهتم بها كما يوضحها الشكل التالي:



شكل(٢)يوضح موضوعات علم الاجتماع

وهناك شبه إجماع استقر عليه علماء الاجتماع بخصوص **موضوعات الدراسات الاجتماعية وهي**:

١ - دراسة الظواهر الاجتماعية.

٢- دراسة العمليات الاجتماعية.

٣- دراسة الثقافة.

٤ - دراسة التغيير في الثقافة والبناء الاجتماعي.

وبذلك فإن علم الاجتماع يتناول جميع الموضوعات التي تتناول الفرد من حيث وجوده في المجتمع أي من حيث طبيعته الاجتماعية . وهذا التحديد الشامل لمجالات الدراسة في علم الاجتماع يستبعد أي موضوع يتعلق بطبيعة الفرد النفسية، كما يستبعد طبيعة الفرد الفيزيقية [1] .

***

(١) انشراح الشال – مدخل إلى علم الاجتماع الإعلامي – دار الفكر العربي ٢٠٠١ ص٢٤.

ثالثاً – مفهوم الإعلام

يعني الإعلام الحصول على معلومات حول قضية معينة ونشرها بهدف تشكيل درجة من الوعي بالتطورات المهمة لدى صانعي القرارات والإداريين وقطاعات الجمهور كافة، وكلمة إعلام منبثقة من (أعلمه بالشيء) وتعني تزويد الجمهور بأكبر قدر ممكن من المعلومات الموضوعية الصحيحة الواضحة، وبقدر ما تكون هاتان الصفتان متوفرتين بقدر ما يكون الإعلام سليماً وقويا[1]، والإعلام هو نشر الحقائق الثابتة الصحيحة والأخبار والمعلومات السليمة الصادقة والأفكار والآراء، والإسهام في تنوير الرأي العام، وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور.

ويخلط كثير من الدارسين والباحثين بين مصطلح الإعلام والاتصال ومصطلح المعلومات باعتبار أن المعلومات هي المادة الخام للاتصال وللإعلام، وأن الإعلام عملية تنطوي على مجموعة من أوجه النشاط من بينها تفاعل المعلومات وتداولها . إلا أن الخلط الشائع هو بين مفهوم الإعلام والاتصال. فالاتصال يعني عملية تبادل الأفكار والمعلومات والآراء من خلال الحديث أو الكتابة أو الصورة أو غيرها من الرموز، كذلك هو عملية مشتركة يقوم المرسل والمستقبل من خلالها بتبادل المعرفة، كما أن الاتصال عملية مخطط لها تهدف إلى حفز الجمهور على تبني مواقف وسلوكيات جديدة ولديه أهداف إعلامية تخاطب عقل وقلب الإنسان وأهداف اجتماعية وأبعاد ترفيهية.

ومن هنا فإن هناك فرقاً واضحاً بين مفهوم الإعلام والاتصال، فالإعلام يعد

(١)محمد عبدالله الجريبيع، وسائل الإعلام العربي والعولمة الثقافية-مجلة الدراسات الإعلامية، العدد ١٠٠يوليو سبتمبر ٢٠٠٠ ص٧٣.

وظيفة من وظائف الاتصال كما حددتها دراسات اليونسكو، أما الاتصال فهو أشمل وأعم من مفهوم الإعلام. والإعلام جزء لا يتجزأ من الاتصال ويؤدي وظيفة من وظائفه من خلال نقل المعلومة إلى الفرد أو المجتمع عن طريق وسائله المختلفة سواء كانت السمعية أو البصرية أو المقروءة، كما أن الإعلام يعد شكلاً من أشكال الاتصال.

***

رابعاً- مفهوم علم الاجتماع الإعلامي

علم الاجتماع الإعلامي Sociology of Information هو فرع من فروع علم الاجتماع وهو يركز في اهتماماته على العملية الإعلامية information process كعملية اجتماعية دينامية بما تشمله من عناصر كالمرسل والرسالة والوسيلة والأداة والمستقبل والتأثير وما تؤديه من وظائف تربوية وتوجيهية تندرج بدورها على المجتمع ككل(١).

مفهوم العملية الإعلامية

عندما ينظر إلى الإعلام بوصفه عملية إعلامية فإن هذا يعني وجود عناصر أساسية تحكم هذه العملية ووجود علاقات تربط هذه العناصر ووجود درجات من التأثير والتأثر والتطور والتغيير، فإذا كانت النظرة الأولى لعناصر الاتصال كانت نظرة خطية بمعنى أن هناك مرسلاً يريد أن يوصل رسالة إلى مستقبل فإن هذه النظرة تطورت بتطور العلم وتطور وسائل الاتصال وتطور المجتمعات، حيث تطور الاهتمام بالمستقبل أو الجمهور وأصبح يوضع في الاعتبار العوامل التي يمكن أن تؤثر فيه سواء كانت نفسية أو اجتماعية أو مادية أو سياسية أو غيرها من أجل تحقيق أهداف الاتصال ككل وليس المرسل كحركة بداية للاتصال أو المستقبل كعنصر أخير، فأضيف لهذه العناصر جوانب أخرى يجب أن تراعى لكي يصبح الاتصال عملية فالمرسل عندما يريد إرسال رسالة اتصالية أو إعلامية معينة فإنه يضع في اعتباره الوسيلة المستخدمة وما إذا كانت تتناسب مع هذه الرسالة أم يجب تعديلها، ويضع في اعتباره الجمهور المستقبل لهذه الرسالة وظروفه النفسية

(١) جبارة عطية جبارة – علم اجتماع الإعلام – عالم الكتب ١٩٨٥م ص١٩.

والاجتماعية وإمكانياته التعليمية هل تتوافق مع طبيعة هذه الرسالة أم لا وقدرته على استقبالها واستخدام الوسائل الإعلامية المستخدمة من قبل المرسل. فالجمهور الأمي غير المتعلم غير المثقف والطفل غير الشاب غير الراشد والمرأة غير الرجل فكل هذه أمور أصبحت توضع في اعتبار صانع الرسالة الإعلامية ويضاف إلى ذلك مدى التأثير المتوقع أو المطلوب وهنا لا تتوقف أو تنتهي عملية الاتصال ولكن لابد أن يضع المصدر أو مرسل الرسالة في استراتيجياته تطور العملية الإعلامية من حيث إمكانية التعديل للرسالة أو استخدام وسائل إعلام جديدة لنفس الرسالة، أو توسيع دائرة الجمهور المستهدف، كما يضع في اعتباره إمكانية تغيير العملية الإعلامية ككل بتغيير في خصائص عناصر الاتصال لفشله في تحقيق التأثير المطلوب، وقد يلجأ المصدر إلى تطوير الرسالة الاتصالية نتيجة لتداعيات تطوير وسائل الإعلام وإضافة العديد من الخصائص التقنية إليها الأمر الذي يستدعي ضرورة تغيير الخطط والاستراتيجيات لمواجهة التطور التقني للوسائل الإعلامية وبالتالي فإن هذه الأمور دائمة التطور والتغييرهي التي توضح أن الإعلام عملية لا تنتهي بمجرد وصول الرسالة إلى المستقبل أو الجمهور.

وتتم الدراسة الاجتماعية لوسائل الإعلام في خطوتين:

أ- دراسة مورفولوجية وهي دراسة بنيوية أي دراسة بنية كل وسيلة من حيث النشأة والتطور والانتشار من وجهة النظر الاجتماعية.

ب- دراسة فسيولوجية وظيفية وذلك بدراسة الدور الوظيفي الذي يمكن أن تؤديه كل من هذه الوسائل داخل المجتمع بغية الوصول إلى القوانين التي تحكمها.

وبالتالي فإن علم الاجتماع الإعلامي يتعلق بجميع موضوعات علم الاجتماع ولكن ما يخص الجانب الإعلامي منها.

كما **يعرَّف علم الاجتماع الإعلامي** بأنه العلم الذي يدرس وسائل الإعلام بوصفها ظاهرة اجتماعية دراسة وصفية بمعنى دراسة الواقع الفعلي لهذه الوسائل أي دراسة ما هو كائن وليس ما ينبغي أن يكون [1] .

وعندما يطبق على علم الاجتماع الإعلامي مناهج البحث العلمي فإنه يلزمه أن **يتصف بالعلمية** أي الدراسة الدقيقة المنظمة التي تهدف إلى الوصول لنتائج يمكن تعميمها ، كما **يتصف بالموضوعية** بمعنى بعده عن الهوى والرغبات لدى الباحث قبل إجرائه للبحث أو أية أفكار مسبقة أو شائعات لا تغنى عن الحق شيئاً.

كما تسمح مناهج البحث **بإرجاع الدراسة أو الظاهرة محل الدراسة إلى عناصرها الأولية من خلال تحليلها إلى وحدات قابلة للقياس**، ومن خصائصه كعلم أيضاً **إمكانية إجراء دراسات مقارنة** توضح الفروق بين الوسائل وبعضها أو بين المجتمعاتِ المستخدمة لوسائل معينة أو إجراء مقارنات بين الاستخدامات عبر أجيال زمنية معينة .

***

(١) انشراح الشال – مرجع سابق ص٣٤-٣٥.

خامساً - أبعاد التداخل والترابط الاجتماعي والإعلامي

إن موضوع علم الاجتماع الأساسي هو **الظاهرة الاجتماعية** والتي تعتبر نتاج تأثير شخص أو عدة أشخاص على شخص آخر أو عدة أشخاص آخرين، وينطوي هذا التأثير على كل نماذج السلوك الذي يحدث بين كافة أعضاء البناء الاجتماعي وبالتالي على جميع المواقف والتفاعلات الاجتماعية [1] وهنا يظهر الدور الإعلامي الذي تحدثه الرسالة الموجهة من شخص أو مجموعة أشخاص إلى شخص أو مجموعة أشخاص آخرين وهو ما يؤدي بدوره إلى إحداث تأثير مطلوب أو غير مطلوب ويحقق الهدف أو لا يحققه وذلك على مستوى ضعيف أو قوي.

يهتم علم الاجتماع بدراسة الأسرة كظاهرة اجتماعية عالمية وبالوظائف الاجتماعية والسيكولوجية التي تؤديها الأسرة المكونة من زوج وزوجة وأطفال يشكلون وحدة مستقلة عن باقي المجتمع المحلي.

وقد وضع دافيز Davis أربع وظائف أساسية للأسرة وهي التناسل والرعاية والوضع والتنشئة الاجتماعية.

وهنا يقوم الإعلام بدور أساسي في عملية التنشئة الاجتماعية جنبا إلى جنب مع الوالدين وربما يتضح أهمية ذلك عندما نقارن عدد الساعات التي يقضيها الأطفال مع الوالدين وأضعاف هذه الساعات التي تقضي أمام شاشات التليفزيون والحاسبات الآلية.

(١) محمد عاطف غيث ، قاموس علم الاجتماع ، الهيئة المصرية العامة للكتاب -الإسكندرية ١٩٧٩م ص٤٣٢.

وبالنظر إلى ظهور أشكال من العلاقات الاجتماعية الجديدة التي نشأت نتيجة لاستخدام وسائل الإعلام الحديثة وانتشارها في المجتمعات.

وإذا استعرضنا **التدرج الاجتماعي** أو ظاهرة تقسيم المجتمع إلى طبقات ومستويات تشكل في النهاية تسلسل يعبر عن درجات متفاوتة من القوة والسلطة والهيمنة، وتعبر هذه الظاهرة عن جانب مهم من جوانب البناء الاجتماعي فإننا هنا نجد أنفسنا أمام ***ظاهرة إعلامية طبقية جديدة*** ظهرت بظهور تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي ساعدت على تقسيم المجتمع إلى طبقات: طبقة المالكين لها، وطبقة بعيدة عن المستجدات التقنية بكل أبعادها.

وعند تحليل ظواهر الضبط الاجتماعي فإنه يُأخذ في الاعتبار العلاقة بين القوة والضبط الاجتماعي عند معالجة تنظيم السلوك وتحقيق تماسك الجماعة، وهو يفرض الأخذ في الاعتبار العلاقة بين أشكال الضبط الاجتماعي المختلفة مثل: العرف، والرأي العام. مع ضرورة تذكر أن الضبط الاجتماعي يشير إلى أنساق قيمية ومعيارية تخضع لتغير دائم، وقد تجد معارضة ومقاومة من أنساق أخرى قد تكون في حالة تشكل أو إعادة بناء ينطبق ذلك على مستوى المجتمعات الكبيرة أو الجماعات الصغيرة . فعلى مستوى المجتمع الكبير يتخذ الضبط الاجتماعي شكل توازن مؤقت غير مستقر بين الجماعات والأيدلوجيات المتصارعة، في الوقت الذي يخضع فيه لمؤثرات خارجية تحصل على تدعيم لها من الحضارة التي ينتمي إليها المجتمع، ومن تصارع هذه الحضارة مع الحضارات الأخرى [1] .

وهنا نجد الإعلام يقوم بدور أساسي في عملية تشكيل الرأي العام وإثارته وتحفيزه، ونشر العديد من الأيدلوجيات الحديثة والمتعددة والتي تمثل إضافة أو إثارة للوضع الاجتماعي القائم.

(١) محمد الجوهري – مرجع سابق ص٣١٦.

وقد بينت العديد من التجارب المعملية والميدانية أن الاتصال المواجهي أكثر مقدرة على الإقناع من الراديو وأن الراديو أكثر فعالية من المطبوع فكلما زاد الطابع الشخصي للوسيلة زادت قدرتها على الإقناع، ويزداد التأثير بزيادة التعرض لأكثر من وسيلة. كما يزداد التأثير على الرأي العام بزيادة كثافة الاستخدام أو التعرض للوسائل والرسائل الاتصالية.

ويمكن توضيح أثر الراديو في الرأي العام على النحو التالي:

- تحقيق القدر الأدنى من وحدة التفكير والشعور والهدف والقيم اللازمة لتماسك الأمة وسلامة الدولة.
- حفز الناس على اختلاف ميولهم واتجاهاتهم ومشاغلهم على الاهتمام بالمسائل العامة ومناقشتها ومتابعتها والإسهام فيها.
- التخفيف من حدة العصبيات الإقليمية والإقلال من شأنها.
- متابعة تثقيف الجماهير وإشباع احتياجاتها الفكرية والنفسية والارتفاع بمستوياتها الثقافية والحضارية.
- دحض الشائعات الضارة في الحال، وخاصة في أوقات الحروب والطوارئ والحيلولة دون تفشي البلبلة الفكرية.
- القيام بدور أساسي في الدعوة للقيم الجديدة، وتدعيم القيم التي تخدم التطور[1].
- أما التليفزيون فإنه يستطيع توثيق الصلة بين الجمهور والشخصيات السياسية أكثر مما تستطيع الإذاعة ولذلك فقد أصبح من أهم الأسلحة التي تلجأ إليها

---

(١) سعد لبيب، دراسات في الفنون الإذاعية (بغداد: معهد التدريب الإذاعي والتليفزيوني ١٩٧٣م.

الأحزاب لكسب ثقة الجماهير وأصواتهم في الانتخابات، كما يلعب دوراً مهماً في التأثير على الرأي العام العالمي سواء عن طريق تصدير البرامج إلى الدول الأخرى أو الإرسال والاستقبال التليفزيوني بالأقمار الصناعية، كما يمكن أن يكون التليفزيون مدرسة عامة للشعب يبث عن طريقها الوعي السياسي والحضاري وحوافز التقدم والتغيير [1] ، وللصحافة دور أساسي في التأثير على الرأي العام إلا أن الباحثين يقسمون هذا التأثير بحسب البيئة الاجتماعية التي تستخدمها. حيث يرون أن الصحافة المتخصصة يطالعها القادة والصفوة والمثقفون، وهؤلاء يقومون بدور رئيسي في وضع السياسة العامة وتحديد القضايا المطروحة التي تؤثر في بقية شرائح المجتمع، والصحافة المتميزة وهي الإخبارية التي تعتمد على أساليب المنطق والعقل في معالجتها للموضوعات المختلفة ويقرأها المثقفون المطلعون وأفراد الصفوة وعدد من أفراد الجمهور العام، والصحافة الشعبية وهذا النوع من الإعلام يقدم مواداً خفيفة تهتم بالتسلية والترفيه، كما أن عرضه للأخبار يكون سطحيا وسريعا وغير متعمق [2].

أما مفاهيم التغير والتطور والتقدم والتي ارتبطت بعلم الاجتماع منذ بداياته الأولى فقد شابها كثير من الجدال، وتعددت المدارس بشأنها من حيث كونها مصطلحات مختلفة أو كونها تحمل معنى واحد هو التغير الاجتماعي بصرف النظر عن كونه تطوري أو تقدمي، وظهرت المدارس الخطية والمدارس الدائرية للتغيير ويرى أصحاب النظرية الخطية أن التغير الاجتماعي محصلة النمو الفكري للإنسان ويصاحب هذا النمو الفكري نمو أخلاقي وتغيرات في النظم الاجتماعية.

---

(١) مختار التهامي، الرأي العام والحرب النفسية، القاهرة دار المعارف، ١٩٨٢م ، ص١٣١.
(٢) المرجع السابق، ص ١٢٢.

النظريات الخطية	تطور أخلاقي مثل عليا ← تغير في النظم الاجتماعية	
	تطور العقل ← تطور اجتماعي	

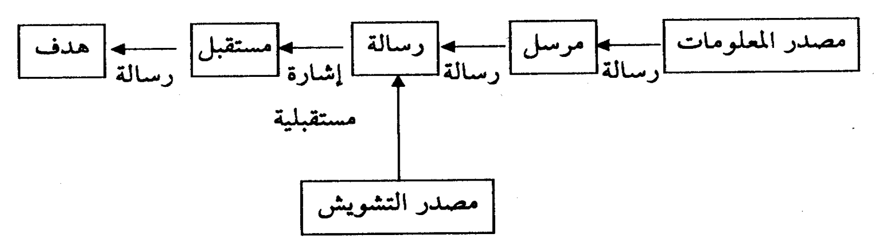
شكل(٣)يوضح الرؤية الخطية للتغير الاجتماعي

وقد اهتم علماء علم الاجتماع بالنموذج الخطي للرسالة الإعلامية عندما ظهر في عام ١٩٣٤م عالم السياسة الأمريكي (هارولد لازويل) والذي تبناه عام ١٩٤٨م في بناء نظرية للإعلام تدور حول تساؤلات خمس: [1] من؟ ماذا؟ بأي وسيلة؟ لمن؟ وما هو التأثير؟ ويتمثل نموذج لازويل الخطي في المرسل والرسالة والمستقبل، والذي يعتبر الاتصال يعمل كعمل الطلقة السحرية وتفترض حتمية التأثير ووصول الرسالة إلى مستقبلها المطلوب.

وقد اهتمت معظم الدراسات في البداية بالجمهور وبالتأثير كما اهتم علماء الاجتماع بالرسالة. أما فيما يتصل بالقائم بالاتصال فقد تركزت الدراسات حول الخصائص الديموجرافية والاجتماعية للقائم بالاتصال والمرسل وشخصيته وغيرها.

أما ما يتعلق بالوسيلة فقد كان يتم التركيز حول تعداد أجهزة الإعلام. ومن أكثر النماذج الخطية التي تفسر عملية الاتصال نموذج (شانون وويفر) وفيما يلي عرض لهذا النموذج:

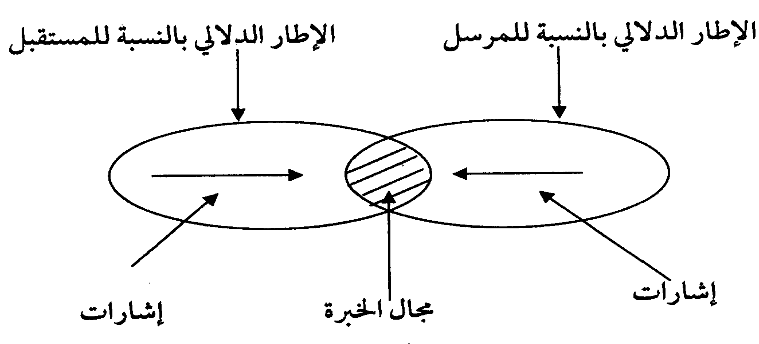
(١) انشراح الشال، مرجع سابق، ٤١-٦٨.



شكل (٤)يوضح نموذج (شانون وويفر)

وفي هذا النموذج يضاف عنصر التشويش إلى العناصر الأساسية في الاتصال وهو يعني التداخل .

ويفرق العلماء بين أنواع التشويش فيقسمها البعض إلى تشويش هندسي، وتشويش دلالي ،وتشويش نفسي. ويعني التشويش الهندسي ما يحدث للوسيلة من عدم ضبط كهربائي أو ترددي يظهر في الصوت والصورة، كما يظهر في الوسائل المطبوعة إذا حدث اهتزاز في طباعة الحروف أو الصور، ويشير التشويش الدلالي إلى ما يحدث نتيجة لعدم فهم الرسالة لدى المستقبل أو المتلقي. ويضع (ولبورشرام) نموذجاً يوضح الإطار الدلالي ومجال الخبرة المشتركة بين المرسل والمستقل والتي كلما زادت حجمها قل التشويش كما في الشكل التالي:



شكل(٥)يوضح مجال الخبرة المشتركة في نموذج ولبورشرام

كما وضع شكلاً آخر لمجال الخبرة المتباعدة والتي يوضحها الشكل التالي:

الإطار الدلالي للمرسل **الإطار الدلالي للمستقبل**

مترجم

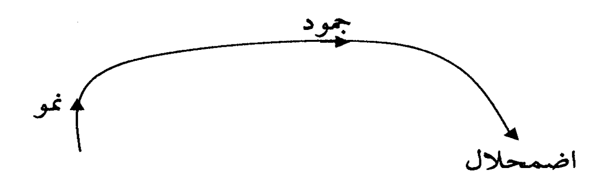
شكل(٦)يوضح الخبرة المتباعدة في نموذج ولبورشرام

ويصور لنا ولبورشرام كيفية التخلص من الخبرة المتباعدة في عملية الاتصال الإنساني بالاستعانة بمترجم يشترك في جزء من خبراته مع خبرات المرسل ويشترك مع المستقبل في جزء آخر من خبراته.

أما التشويش النفسي فيحدث في إطار القائم بالاتصال وبالنسبة لمتلقي الرسالة والذي هو الإنسان الاتصالي، وقد يحدث هذا التشويش قبل وضع الفكر في كود، وعند صياغة الرسالة وفي أثناء إعدادها، وقد يحدث عند استقبال الرسالة ومحاولة فك رموزها، كما يمكن أن يحدث في نوايا كل من المرسل والمتلقي إزاء بعضهما البعض والإطار المعرفي الذي يجمعهما، وخطورة هذا التشويش هو تحريف مضمون الرسالة حتى في حالة التغلب على التشويش الهندسي والدلالي.

***

وقد عرض آخرون الطابع الدائري للتغير الاجتماعي عندما نظروا إليه من خلال مراحل تبدأ بالنمو ثم الجمود وتنتهي بالاضمحلال.



شكل(٧) يوضح التغير الاجتماعي الدائري

ويلاحظ مدى ارتباط المجال الإعلامي **بالتغير الاجتماعي** من حيث قدرته على إحداث تطور ثقافي في مجالات متعددة: سواء سياسية، أو اقتصادية، أو اجتماعية، أو تعليمية، بحيث يؤدي هذا التغير الثقافي إلى إحداث تغير في البناء الاجتماعي. وأفضل مثال على ذلك تحول الأبناء المستخدمين لتكنولوجيا الاتصال الحديثة "إنترنت وموبايل" إلى معلمين لوالديهم بعد أن كان البناء الاجتماعي الأسرى يسري من الوالدين إلى الأبناء، وبالتالي أصبح الوالدان طالبين للعلم من الأبناء في هذا المجال كما ضعفت بشكل كبير قدرة الوالدين على ممارسة السلطة الرقابية على الأبناء في ظل التطور الحديث لتكنولوجيا الاتصال.

أما عن النظريات الدائرية للتغير الاجتماعي في مجال الإعلام فإنها قد تتعرض لكثير من الانتقادات خاصة أن التطور في الوسائل الإعلامية لا يعني بالضرورة تطور في الرسالة ولا يلزم بالأساس تغير في المعتقدات أو الاتجاهات أو السلوك.

ويركز علم الاجتماع في دراساته على **العمليات الاجتماعية**[1] social Processes وهي نماذج التفاعل الاجتماعي المتكررة والقابلة للتجديد وهي الأساس في تحليل وتفسير التعامل الاجتماعي ومن أهم العمليات الاجتماعية: التوافق، والاتفاق، والتعاون، والتمثل، والتنافس، والصراع، والتمايز، والتخصص، والتثقيف ... إلى غير ذلك مما يتبين أنها تتحدد بسلبياتها وإيجابياتها من خلال الاتصال الذي يقوم عليه الإعلام.

وهناك بعض المداخل الاجتماعية التي توضح علاقة التفاعل والاتصال في المجتمع التي تطبق على وسائل الإعلام ومنها نموذج الصراع الاجتماعي حيث يفترض هذا المدخل أن المجتمع يتكون من عناصر اجتماعية متضاربة وهي فكرة تعارض التوازن كأساس للمجتمع.

وينظر علماء الاجتماع المعاصرون بوجه عام إلى «كارل ماركس» باعتباره الأب لنموذج الصراع في المجتمع والتغير الاجتماعي، حيث يقدم نموذجاً للمجتمعات الجديدة بافتراض أنها تنشأ من الصراعات بين من يملكون ومن لا يملكون.

ويركز نموذج الصراع الاجتماعي على الافتراضات الأساسية التالية:

١- يتكون المجتمع من فئات وجماعات من البشر تختلف مصالحهم بشدة.

٢- تحاول كل جماعة داخل المجتمع تحقيق مصالحها الخاصة في إطار المنافسة مع الآخرين، وبالتالي تقاوم الجهود التنافسية للآخرين.

٣- يتعرض المجتمع المنظم بهذه الطريقة لصراع مستمر، حيث تحاول العناصر المكونة له تحقيق مكاسب جديدة أو الحفاظ على مكاسبها، وبالتالي يظل الصراع موجودا في كل زمان ومكان.

(١) جبارة عطية جبارة – مرجع سابق ص ٢٩.

٤- تحدث عملية التغير المستمر من ثنايا العملية الجدلية للمصالح المتنافسة والمتصارعة.

وتطبيقا لهذه الافتراضات على وسائل الإعلام نلاحظ أنها في المجتمعات الحرة عبارة عن مشروعات متنافسة تكرس جهودها لتحقيق أرباح، وتسعى كل وسيلة إعلامية لتحقيق مصالحها وسط شبكة من القيود التشريعية والأخلاقية والقيمية، بالإضافة إلى أن هناك تاريخا طويلا من العداء والخصومة بين الصحافة والحكومة، وهناك مناطق أخرى للصراع مثل الجدل حول حقوق وسائل الإعلام في مواجهة حق احترام خصوصية المواطنين، وحق وسائل الإعلام في حماية سرية مصادرها مقابل حق الحكومات في حماية أسرارها في أوقات الطوارئ والأزمات، وحق المواطنين في المحاكمة العادلة، وحق المستهلكين في الحماية من الادعاءات الكاذبة في بعض الإعلانات، ومن خلال المعارك والصراعات القانونية حول هذه القضايا وغيرها تتغير وسائل وأساليب الاتصال بشكل مستمر، وهكذا يقدم نموذج الصراع الاجتماعي تصوراً مقيداً لدراسة القضايا المتعلقة بالنظم الإعلامية[1].

وعندما حدثت الثورة التكنولوجية و الصناعيةوأثرت على طبيعة الصحافة ووسائل الإعلام عامة ظهر الاتجاه نحو **المسؤلية الاجتماعية لوسائل الإعلام** وفيما يلي توضيح لبعض جوانبها:

وهناك عدة عوامل أدت إلى ميلاد هذا الاتجاه ومن بين هذه العوامل ما يلي[2]:

-النقد المرير الموجه للصحافة ولوسائل الإعلام بالنسبة لنمو حجمها وزيادة احتكاراتها وأهميتها مما يجعلها عامل ضغط حتى على الحكومة نفسها وربما

(١) حسن عماد مكاوي ، مرجع سابق، ١٩٩٨م، ص١١٦-١١٨.

(٢) أحمد بدر – الاتصال بالجماهير بين الإعلام والتطويع والتنمية – دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع ١٩٩٨م، ص٢٢٣-٢٢٥.

يؤدي إلى عرقلة إجراءاتها.

-الجو الفكري الجديد – الذي عبر فيه بعض المفكرين عن شكهم في الفروض الأساسية التي تقوم عليها نظرية الحرية بجوانبها المطلقة.

-إرساء قواعد المهنة الصحفية خصوصا بعد اشتغال كثير من المفكرين والمتعلمين على مستويات عالية بهذه المهنة.

وتختلف نظرية المسئولية الاجتماعية عن نظرية الحرية بالنسبة لفهمها للطبيعة الإنسانية، فنظرية الحرية التقليدية تركز على صفات الإنسان العقلانية والأخلاقية وعلى سعيه للوصول إلى الحقيقة والاقتداء بها. ذلك لأنه إذا ما عبر الجميع عن آرائهم بما فيهم أهل الشر والخير- فإن الأمل في اكتشاف الطبيعة يكون موجودا كما أنه ليس هناك ما يدعو إلى تذكير الناشرين بمسئوليتهم العامة، فإيمانهم بالقيمة الأخلاقية وكرامتهم المهنية سوف تحول بينهم وبين الخطأ . وحتى إذا أخطأ القلة فإن الآخرين سيكشفون زيفها وخداعها وأكاذيبها لأن عقل الجماعة ومنطقها سيسود.

أما بالنسبة لنظرية المسئولية الاجتماعية والتي نشأت خلال القرن العشرين فإنها تعكس الشك الذي أضفته العلوم الاجتماعية المعاصرة والفكر المعاصر على الطبيعة الإنسانية كطبيعة عقلانية بالدرجة الأولى . فنظرية المسئولية الاجتماعية لا تنكر عقلانية الإنسان وإن كانت تثق في هذه العقلانية بدرجة أثقل من نظرية الحرية ولكنها تنكر ما تذهب إليه نظرية الحرية من أن الإنسان يسعى بطريقة فطرية وغريزية للبحث عن الحقيقة والاقتداء بها.

فالإنسان قادر على أن يستخدم عقله ولكن لا يفعل ذلك ومن ثم أصبح فريسة لمن يستخدمونه لأغراضهم الشخصية، وإذا ما أراد الإنسان أن يظل حرا فيجب أن

يحكم عقله فيما يرى أو يسمع بدلاً من أن يتقبل ما يراه أو يسمعه بطريقة سلبية تتسم بعدم المبالاة.

ولا تثق نظرية المسئولية الاجتماعية في كفاية عملية الإصلاح الذاتي مثل ثقة نظرية الحرية فيها.

فالأساس الذي بنيت عليه نظرية المسئولية الاجتماعية هو أن الحرية حق وواجب ومسئولية في وقت واحد وعلى أجهزة الإعلام أن تنهض بالواجبات التالية على وجه الخصوص [1]:

- الحفاظ على النظام السياسي القائم . وذلك عن طريق تزويد الناس بالمعلومات الصحيحة التي تساعد على تكوين رأي عام مستنير بناء على مناقشته للأمور العامة التي تهم المجتمع.
- صيانة مصالح الأفراد والجماعات.
- خدمة النشاط الاقتصادي عن طريق الإعلانات.
- تقديم برامج وألوان التسلية والترويح للناس.

***

(١) عبد اللطيف حمزة: الإعلام له تاريخه ومذاهبه القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٩٦م ص١٤٠.

الفصل الثاني
موضوعات أساسية
لسسيولوجيا الإعلام

مقدمة
أولاً ـ وسائل الإعلام كظاهرة اجتماعية
ثانياً ـ وسائل الإعلام كأنظمة اجتماعية
ثالثاً ـ الأنساق الحديثة لوسائل الإعلام والاتصال
رابعاً ـ الإعلام والتغيير الاجتماعي
خامساً ـ الإعلام والعلاقات الاجتماعية
سادساً ـ الإعلام والثقافة

مقدمة

في هذا الفصل يتم تناول موضوعات أساسية في علم الاجتماع الإعلامي، وتتمثل في وسائل الإعلام كظاهرة اجتماعية حيث تختلف باختلاف المجتمعات على مر العصور، وتعد وسائل الإعلام وسائط لنقل التفاعل بين الأفراد في المجتمع الكبير، ثم يتم عرض وسائل الاتصال والإعلام كنسق اجتماعي أو نظام له دوره ووظيفته، ويؤثر كما يتأثر بسائر النظم السائدة في البناء الاجتماعي، ويتم تناول عناصر النظام الاجتماعي لوسائل الإعلام من جمهور وهيئات بحث علمي وموزعين ومنتجين وممولين ووكالات إعلان ونظم الرقابة الفرعية ونظم التمويل.

ويدعم هذا الجزء ببعض نماذج الاتصال التي توضح أن وسائل الإعلام نظم اجتماعية مثل نموذج ملفن دوفلور الذي يعتبر الجمهور العنصر الأساسي الأول لوسائل الإعلام الجماهيرية، والمدخل البنائي الوظيفي حيث يعد وسائل الإعلام أحد المكونات الأساسية التي لا غنى عنها في البناء الاجتماعي، ونظرا لتطور وسائل الإعلام والاتصال فكان من الضروري تناول جزء الأنساق الحديثة لوسائل الاتصال ومنها: التليفزيون الكابلي، والمحطات الفضائية، وأنظمة الاتصال التبادلي، والشريط التليفزيوني، ولتدعيم هذا الجزء بالجانب النظري له تم تناول بعض المداخل النظرية المرتبطة به وهي مدخل تمثيل المعلومات الاجتماعية والذي يعني أن المعاني تتشكل اجتماعيا، وأن الاتجاهات وأنماط السلوك تتحدد جزئياً عن طريق المعلومات المتضمنة في السياق الاجتماعي، ثم مدخل الوجود الاجتماعي الذي ظهر للتدليل على تأثير الاتصال من خلال الحاسب، ويؤكد على أن الوجود الاجتماعي مرتبط بالإحساس الذاتي للقائم بالاتصال حول مدى سريان التفاعل مع الشريك في عملية الاتصال.

ونموذج الهوية الاجتماعية حيث يوضح أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة تمهد السبيل وتدعم احتمالات إيجاد جماعات اجتماعية افتراضية.

ثم تناول الفصل جزءاً خاصاً بالإعلام والتغير الاجتماعي، وخاصة ما يتعلق بالأفكار المستحدثة والعناصر الأساسية اللازمة لانتشارها وأنماط التغير، ومراحل تبني الأفكار المستحدثة وبعض المتغيرات المؤثرة على اتخاذ قرار التحديث.

ويلي هذا الجزء موضوع خاص بالإعلام والعلاقات الاجتماعية وهو يرتبط بقادة الرأي وقدرتهم على التأثير على الجمهور بعد تلقي الرسالة الإعلامية والاقتناع بها أولاً.

***

أولاً - وسائل الإعلام كظاهرة اجتماعية

قام إميل دوركايم بتشخيص الظاهرة الاجتماعية، حيث وجد أن هناك ظواهر معينة في الحياة الاجتماعية يتعذر تفسيرها في ضوء التحليل النفسي أو الطبيعي وقد قسمها إلى نوعين:

النوع الأول- ويشمل الظواهر الاجتماعية العامة والتي تفرض نفسها على كافة شرائح المجتمع.

النوع الثاني- ويضم الظواهر الاجتماعية الخاصة التي تظهر في بعض شرائح المجتمع تحت ظروف اجتماعية خاصة، وفي فترة زمنية محددة.

ومن أهم الظواهر الاجتماعية:

قواعد الأخلاق ، والأسرة، والممارسات الدينية ، وقواعد السلوك المهني.

وتتمثل ***خصائص الظاهرة الاجتماعية*** كما حددها دوركايم فيما يلي:

- **أنها موضوعية:** أي أن لها وجوداً خارجاً عن شعور الفرد لأنها ليست من صنع نفسه، بل يتلقاها من المجتمع الذي نشأ فيه.
- **أنها إلزامية:** لما كانت الظاهرة خارجة عن شعور الفرد، فهي إما أن تكون حاملة صفة الجذب أو مفروضة على شعوره وسلوكه دون أن يشعر بها ويستجيب لها تلقائيا مثل: الأخلاق، واللغة، والدين، وأنماط الأزياء، والتراث.
- **أنها إنسانية:** أي تنشأ داخل المجتمع الإنساني وتشمل أساليب وقواعد التفكير والعمل الإنساني.
- **أنها تلقائية:** أي يمارسها الفرد دون تردد لأنها من صنع المجتمع.

- أنها **مترابطة** وذلك مع بقية الظواهر الاجتماعية الأخرى ومع البيئة الاجتماعية التي ولدت فيها (1) .

وتنشأ الظاهرة الاجتماعية عندما يحتاج الناس إلى تبادل أفكارهم وآرائهم من خلال اللغة الخاصة بهم، أو من خلال لهجات تولدت لدى المجتمعات المختلفة أو من خلال حاجة الناس إلى حفظ النوع والتوريث من خلال الأسرة التي نعتبرها ظاهرة اجتماعية لها قواعد تختلف من مجتمع لآخر وتقوم على علاقات بين أفرادها ويحكمها قوانين وأنظمة مثل الطلاق والميراث، وعندما تظهر حاجة الناس إلى تبادل المنافع من خلال البيع والشراء والاستهلاك تظهر الظاهرة الاجتماعية التي تختلف أيضاً من مجتمع لآخر.

يمكننا أن نقرر أن وسائل الإعلام – بصفة عامة – ظاهرة اجتماعية تختلف باختلاف المجتمعات على مر العصور . كما أن ما نطلق عليه اسم وسائل الإعلام الجماهيرية، والتي تقوم بنقل الأفكار في رسائل مطبوعة أو إلكترونية بين الأفراد والجماعات تسمح للإنسان الاجتماعي الذي يتصل بأمثاله أن يتغلب على عنصري الزمان والمكان ، أي أننا نعد وسائل الإعلام وسائط لنقل التفاعل بين أفراد المجتمع الإنساني الكبير (2) .

كذلك فإن لوسائل الإعلام قواعد تحكم السلوك المهني للأفراد العاملين بها هذه القواعد لاتتصل بفرد دون آخر ولكن تشمل جميع العاملين في قطاع الإعلام، ومن المفروض أن تطبق القواعد على الجميع في حالة سيادة القانون أما غير ذلك فإنه يعتبر خللاً وظيفياً يؤثر ويتأثر بقطاعات وأنظمة عديدة داخل المجتمع .

***

(1) انشراح الشال – مرجع سابق،ص٣٠٦-٤٣٨ .
(2) المرجع السابق ص٤٠ .

ثانياً ـ وسائل الإعلام كأنظمة اجتماعية

النظام الاجتماعي عبارة عن تجمع أساسه الأعمال المستقرة والتي تتكرر وتحدث وفقاً لنمط معين والتي هي إلى حد ما انعكاس لثقافة يشترك فيها أفراد لهم أدوار.

وهذا النظام هو أيضاً انعكاس لجوانب التكيف السيكولوجي عند أولئك الذين يقومون بأدوار.

ويعتبر الجمهور العنصر الأساسي الأول لوسائل الإعلام الجماهيرية كنظام اجتماعي، هذا العنصر على قدر كبير من التعقيد ذلك لأن الجمهور متنوع وينتمى إلى طبقات متعددة وهو متصل ببعضه البعض بطرق عديدة.

ويقدم ملفن دوفلور فكرته حول وسائل الإعلام كنظام اجتماعي حيث يعتبر أن مضمون وسائل الإعلام الهابط أو المنخفض الذوق والذي سبب هجوم النقاد، هو العنصر الأساسي الذي حافظ على استقرار ذلك النظام وحافظ على توازنه المالي لأنه يغذى أذواق الأفراد الذين يكونون القطاع الأكبر من (السوق) لهذا نعمت وسائل الإعلام الجماهيرية بالرغم من مضمونها الهابط، بالاستقرار بالرغم من الهجوم المتواصل عليها.

يقول دوفلور أن هناك موضوعات أخرى مهمة غير التأثير يجب أن تحظى باهتمام الباحثين. أهم تلك الموضوعات هي حقيقة أن وسائل الإعلام في المجتمعات الجماهيرية مثل أمريكا تستمر في العمل والانتعاش، بالرغم من أنها تقدم مضمونا أدانته الصفوة من قادة المجتمع ورجال السياسة والتعليم باستمرار فعدم تأثر وسائل الإعلام بالنقد القوي الموجه إليها يحتاج إلى تفسير، وقد يقول البعض أن وسائل الإعلام تقدم مضمونا يستميل الجماهير ، وأن الجماهير هي التي تطلب ذلك المضمون.

لهذا تقدمه وسائل الإعلام. وهذه النتيجة بالطبع صحيحة ولكنها لا تبرر عدم فاعلية نقد الصفوة المستمر له، أي عدم تحقيق ذلك النقد لأي تأثير.

ويرى دوفلور أنه لو تم دراسة وسائل الإعلام كأنظمة اجتماعية تعمل في نطاق نظام خارجي معين أي في نطاق مجموعة من الظروف الاجتماعية والثقافية التي تشكل المجتمع نفسه يصبح في الإمكان تفسير كيف تعمل مواد معينة -أي مضمون له طبقة معينة- على تحقيق استقرار النظام ككل.

وقد تأثر بناء وسائل الإعلام كنظام إلى حد كبير بالظروف الاجتماعية والاقتصادية والثقافية العامة التي وجدت خلال الفترة التي تطورت فيها وسائل الإعلام الأمريكية، وما زالت تلك الوسائل تمثل قوى اجتماعية وثقافية مهمة في المجتمع الذي تعمل في إطاره. أما داخل النظام نفسه فالظروف الداخلية الأساسية هي ظروف مالية بالطبع فأغلب عناصر النظام تقوم على أدوار العاملين الذين يسعون أساساً لتحقيق الربح ولكي يحصلوا على النقود نجدهم جميعا يعتمدون في نهاية الأمر على أكثر العناصر مركزية أو أهمية وأعني بذلك الجمهور. فإن لم يتخذ الجمهور قرارات بالاهتمام والشراء والتصويت ... بطرق إيجابية سيتعرض النظام كله إلى أزمات شديدة قد تؤدي في نهاية الأمر إلى انهياره . فأي تغيير كبير يطرأ على سلوك الجمهور قد يسبب تمزقا شديدا في نظام أي وسيلة من الوسائل.

وبالاستمرار في تغذية أذواق أولئك الذين يشكلون القطاع الأكبر للسوق يمكن المحافظة على الاستقرار المالي للنظام.

إن وسائل الإعلام لا تتخلى بسهولة عن أي صيغة تجذب اهتمام قطاع كبير من الجمهور وبالتالي تؤثر على قرارات شرائهم [1] .

---

(١) جيهان رشتي ، الأسس العلمية لنظريات الإعلام ، ط٢، ١٩٧٨م، ص٢٢٤-٢٣٨.

والاتصال نسق اجتماعي [1] Social System له دوره ووظيفته ويؤثر كما يتأثر بسائر النظم السائدة في البناء الاجتماعي.

وينمو نسق الاتصال ويتغير مع تغير وتطور البناء الاجتماعي كله.فالاتصال حقيقة علمية وتاريخية تعكس لنا تطور الحضارة .

ولم ينشأ نسق الاتصال Communication System الشخصي والجماعي إلا بعد توصل الإنسان إلى درجة راقية في علاقاته باتصاله بالأسرة والقبيلة وجماعة العمل.

يهتم علماء الاجتماع الجماهيري بالسياق الاجتماعي الحادث في عملية الاتصال التي تتم بين المرسل والمستقبل الذي يترجم رموز الرسالة ويفسر الإشارة المنقولة ويعتمد السياق في الحديث الاتصالي على علاقة بين رسالة منقولة Encoding وفضها وتفسيرها والكشف عن رموزها وترجمة شفرتها Decoding وعملية الاتصال الجماهيري في ذاتها عملية سوسيولوجية أو هي حركة ديناميكية من أجل خدمة البناء الاجتماعي برمته.

ويهدف تطور الاتصال في النهاية إلى تحديث المجتمع وهو كظاهرة حضارية يحدد لنا ويرسم طرق وأساليب الحياة الاجتماعية.

كما يكشف لنا عن أنماط سلوكية تفصح عن حقيقة يعيشها الناس في مجتمعاتهم، فالاتصال في ذاته هو ظاهرة اجتماعية وأسلوب حضاري وتحديث للثقافة يتسلل إلى معظم النظم التي يشارك فيها، ولعملية الاتصال صداها في سائر الأنساق الاجتماعية، الأمر الذي من أجله يدعم نسق الاتصال سائر الأنساق الداخلة في تركيب البناء الاجتماعي برمته، ومن العلامات أو الشروط الحضارية

---

(١) قباري محمد إسماعيل، علم الاجتماع الجماهيري وبناء الاتصال، منشأة المعارف الإسكندرية ص٣٦٣-٣٧٣.

لملامح المجتمع المعاصر التقدم التقني ومدى تحقيقه للأهداف الإعلامية واستخدام أدوات تكنولوجيا الاتصال من أجل خدمة الجماهير وتطويرها، فالنجاح الإعلامي له دوره الاجتماعي وردود أفعاله على سائر الأجهزة التي يمكن أن تحقق التنميةفي مجالات عديدة في المجتمع ودفع عجلة التطوير بالحماس والفهم والتعاون ورفع الروح المعنوية للجماهير.

وتزداد أهمية الإعلام الجماهيري كلما ازداد الإحساس بالتوتر حيث تهتم وسائل الاتصال والإعلام بعرض ومناقشة ما يتطلبه الناس من أخبار أو منتجات إعلامية تساعد على تخفيف حدة التوتر في أوقات الأزمات.

ولقد ثبت أن تقدم تكنولوجيا الإعلام والاتصال هي أهم نتاج الفكر المعاصر لتطوير الأنساق وتحديث الشعوب.

أما نظم الاتصال والنظم الاجتماعية فلا شك أن أي تغير في إحداهما يتبعه تغير في الأخرى، وقد يحدث أن يطرأ التغيير مع تزايد استخدام وسائل الإعلام والاتصال وتزايد نسبة سكان الحضر وارتفاع نسبة التعليم وضخامة الإنتاج الصناعي.

***

عناصر النظام الاجتماعي لوسائل الإعلام

يشكل الجمهور وهيئات البحث والموزعون والمنتجون والممولون ووكالات الإعلان، والنظم الرقابية، والهيئات التشريعية والقضائية وقد وضع هذه العناصر ملفن دوفلوروساندرا بول في كتابهما نظريات وسائل الإعلام. ففي الجزء الخاص بالجمهور يتم التركيز حول مدى تعقده وصعوبة حصره أو ثباته على علاقة محددة مع وسائل الإعلام فهو ينقسم إلى طبقات متمايزة بينها علاقات متشابكة، إلا أنه يعتبر العنصر الأساسي في النظام الاجتماعي لوسائل الإعلام وهو يرتبط بدوافع معينة وظروف نفسية وإمكانيات ثقافية ومادية وقدرات اتصالية، ومزاج متغير فقد يستجيب لنمط اتصالي معين في فترة معينة ثم لا يلبث أن يغير من أنماط اتصاله.

- هيئات البحث العلمي التي ترغب في الحصول على المعلومات من الجمهور في مقابل مادي أو بدون مقابل وهي تبذل جهودها من أجل الوصول إلى أسباب الاستخدام وسمات الجمهور المستخدم وأولوياته وتفصيلاته ودوافعه وإشباعاته . وقد اعتبرت العلاقة بين هيئات البحث والجمهور نظما فرعية من النظام الاجتماعي الإعلامي. وتقوم الهيئات بتقديم معلومات للمسئولين عند انتقاء أنواع المحتوى الذي سيتم توزيعه.

- الموزعون – ينتقل المحتوى مهما كان نوعه – من موزع إلى الجمهور ويختلف النظام الوظيفي للموزع في تفاصيله من وسيط لآخر – فضلاً عن هذا توجد أنظمة فرعية مميزة إلى حد ما داخل هذا الكون العام . والواقع أن دور الصحف الكبرى المنتشرة والنقاشات، وشبكات الإذاعة وموزعي المجلات والكتب، تقوم بنقل المحتوى إلى منافذها المتجولة .

وغالباً ما تبدو العلاقة بين الجمهور والموزع في البداية ذات رباط أحادي الاتجاه –فالموزع يقدم المحتوى الترفيهي ولكن الجمهور رغم اهتمامه – يقدم القليل بشكل مباشر في مقابل ذلك، والحقيقة هي أن اهتمام الجمهور هو ما يسعى الموزعون – بالتحديد إلى اكتسابه. وبالنسبة لوسائل الإعلام التي يدعمها الإعلان، فإنها تبيع هذه السلعة بشكل مباشر إلى مموليها، وفضلاً عن ذلك يوفر الجمهور المعلومات اللازمة لعنصر البحث، وهي تقدم بشكل غير مباشر إلى الموزعين في شكل معلومات عائدة أو feedback ، حتى يتمكنوا من قياس وتقدير مدى الاهتمام الذي يحدثونه.

– المنتجون والممولون هناك مجموعة كبيرة من الأنظمة الغربية ضمن عنصر المنتج الذي يعتمد على الوسيلة الخاصة ومن أمثلة ذلك: الممثلون، والمخرجون، ومنتجو التليفزيون، والفنيون، والمراسلون الأجانب، ورؤساء أقسام الأخبار العالمية في وكالات الأنباء، ومنتجو الأفلام، ورؤساء الاتحادات (النقابات) العالمية، والناشرون، ومحررو أقسام مراجعة الأصول الصحفية، والسكرتارية وغير ذلك.

– وكالات الإعلان وفيها يرتبط الممول والموزع وهيئة البحث بوكالات الإعلان ويتمثل دور الممول الأكبر في تزويد الموزع برسائل إعلامية [1] .

نظم الرقابة الفرعية: فالهيئات التشريعية على المستوى الحكومي والوطني – التي تضع اللوائح التنظيمية الخاصة بوسائل الإعلام، تمثل جزءاً مهماً من عنصر الرقابة، وهناك جزء آخر من النظام الفرعي هو هيئات التنظيم الرسمية التي تنقد السياسات التي تسبق تشريعها، والعلاقة بين الهيئة التشريعية والجمهور تمثل الرأي

---

(١) ملفن ل. ديفلور – ساندرا بول – ترجمة كمال عبد الرؤوف – نظريات وسائل الإعلام – الدار الدولية للنشر والتوزيع – ط١ ص ٢٠٠-٢٠٢.

العام الذي يعتمد عليه هذا النظام – وتعتبر خطوط المعلومات بين الجمهور والهيئات التشريعية والهيئات المنظمة متصلة تقريباً.

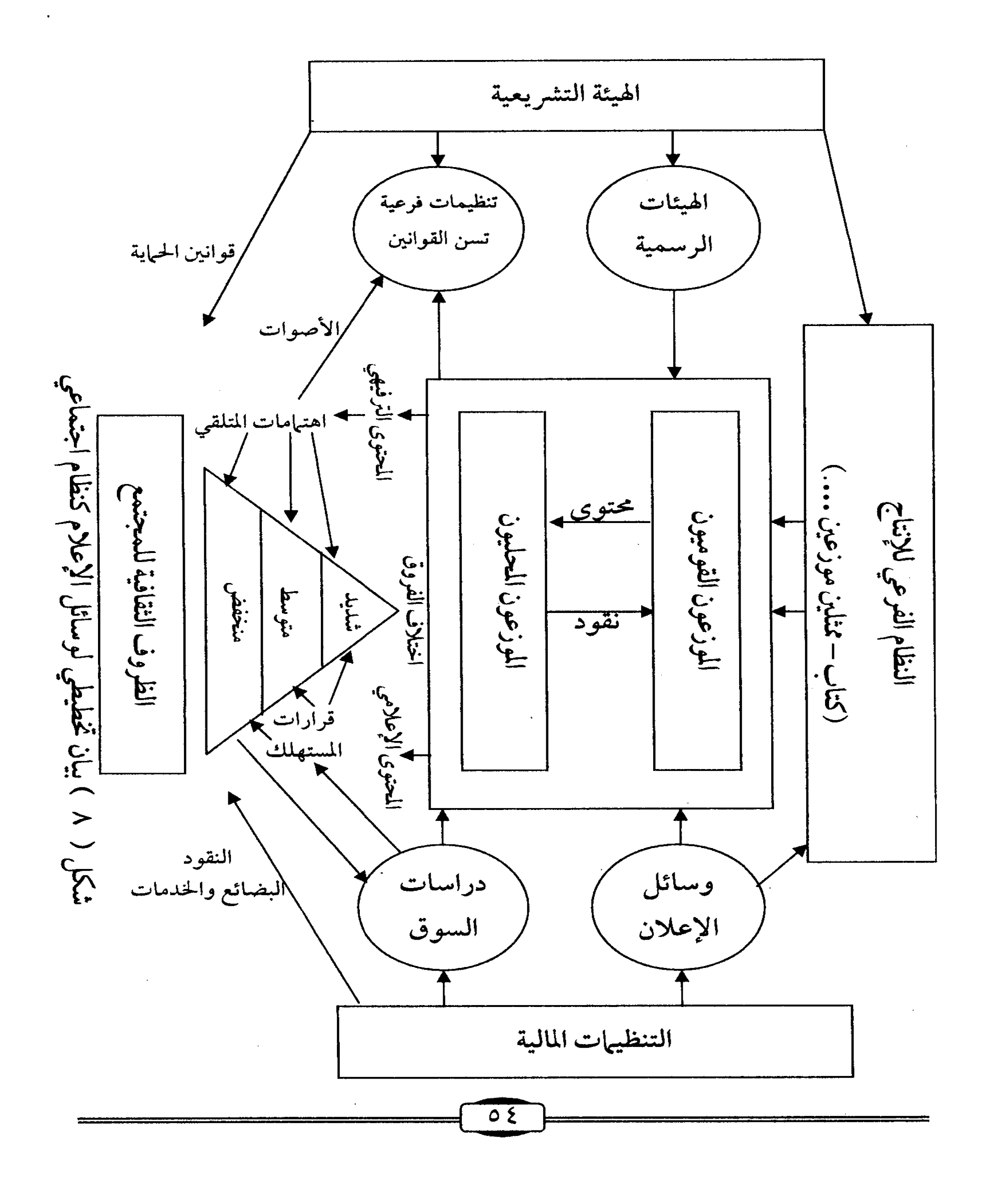
ويمكن إضافة الاتحادات الخاصة التي تضع مجموعة القوانين الخاصة بها، وتعمل إلى حد ما كعنصر رقابي على الموزعين. ويقوم هؤلاء الموزعون بتزويدهم بالمال. تمارس هذه الاتحادات الرقابة مع تقديم الخدمات الأخرى.

– وتسعى قواعدنا العامة الخاصة بالمجتمع والتي تتعلق بالذوق والأخلاق والتعبيرات الواردة في القانون الرسمي إلى احتواء الهيكل الخارجي للمجتمع. ويمكننا أن نقول نفس الشيء عن قواعدنا الثقافية العامة ومعتقداتنا الخاصة رغم أنه من غير المحتمل إدراجها في القانون.

– وتندرج كل وسيلة من وسائل الإعلام العديدة ضمن هذا النموذج العام من النظام الاجتماعي، رغم أن كل وسيلة تمثل نظاما اجتماعيا منفصلا في حد ذاته إلا أن وسائل الإعلام متصلة ببعضها البعض من حيث التنظيم والتصنيف [١].

نظام التمويل: معظم مكونات النظام عبارة عن عناصر وظيفية يحرك المال أفرادها ، فإنهم يعتمدون جميعا في النهاية على أكثر العناصر أهمية وهو الجمهور وإذا لم تكن قراءاتهم لصالح اهتمامهم بالجمهور والشراء وما أشبه ذلك مما يثير إعجاب الجمهور، فإن النظام قد يعاني من إجهاد شديد وينهار في النهاية.

(١) المرجع السابق ص ٢٠٢ -٢٠٣.



شكل (٨) بيان تخطيطي لوسائل الإعلام كنظام اجتماعي

المدخل البنائي الوظيفي

من المداخل النظرية التي تنظر إلى المجتمع باعتباره نظاماً لأجزاء مترابطة المدخل البنائي الوظيفي وهو يرتبط بوسائل الإعلام والاتصال باعتبارها تقوم بأنشطة متماثلة مع باقي النظم في المجتمع وتساهم في تحقيق التوازن الوظيفي في المجتمع.

مصطلح البناء Structure يشير إلى الطريقة التي تنظم بها الأنشطة المتكررة في المجتمع وفي الواقع أن السلوك الأسري، والنشاط الاقتصادي والنشاط السياسي والعقيدة وغيرها من أشكال الأنشطة المجتمعية تعد على درجة عالية من التنظيم من وجهة النظر السلوكية، كما يشير مصطلح وظيفة function إلى مساهمة شكل معين من الأنشطة المتكررة في الحفاظ على استقرار وتوازن المجتمع.

وقد قام (روبرت ميرتون ١٩٥٧) بتلخيص العملية البنائية الوظيفية للمجتمع فيما يلي:

١- إن أفضل طريقة للنظر إلى المجتمع هي اعتباره نظاما لأجزاء مترابطة، وأنه تنظيم للأنشطة المرتبطة والمتكررة والتي يكمل كل منها الآخر.

٢- يميل هذا المجتمع بشكل طبيعي نحو حالة من التوازن الديناميكي وإذا حدث أي نوع من التنافر داخله، فإن قوى معينة سوف تنشط من أجل استعادة التوازن.

٣- تساهم جميع الأنشطة المتكررة في المجتمع في استقراره وبمعنى آخر فإن كل النماذج القائمة في المجتمع تلعب دورا في الحفاظ على استقرار النظام.

٤- إن بعض الأنشطة المتكررة في المجتمع لا غنى عنها في استمرار وجوده أي أن هناك متطلبات أساسية وظيفية تلبي الحاجات الملحة للنظام وبدونها لا يمكن لهذا النظام أن يعيش، وإذا طبقنا الافتراضات السابقة على الاتصال الجماهيري نلاحظ أن وسائل الإعلام تقوم بأنشطة متكررة ومتماثلة في النظام الاجتماعي، وتساهم في تحقيق التوازن الاجتماعي لهذا المجتمع، وبمعنى آخر تترتب عليها نتائج بالنسبة للمجتمع ككل.

وهكذا يمكن القول بأن وسائل الإعلام تعد من المكونات الأساسية التي لا غنى عنها في البناء الاجتماعي.

ومن ناحية أخرى فإن وسائل الإعلام يمكن أن تكون أحد عوامل الخلل الوظيفي Dysfunctional وذلك حين تساهم في التنافر وعدم الانسجام بدلا من الاستقرار إذا كان تأثيرها على الناس هو الإثارة والتحريض على ممارسة أشكال السلوك المنحرف.

ويمكن تطبيق التحليل الوظيفي في مجال فهم وظائف علاقات الاتصال والإعلام التي تنهض بها وسائل الإعلام للتعرف على ظاهرة كيفية توظيف استخدام مواده المتعددة توظيفا هابطا من خلال وسائله المتعددة، بحيث يمكن لنا أن نشكل هذا المحتوى الهابط لمضمون محتوى الاتصال الذي تقدمه وسائل الإعلام والذي يقع ضمن الذوق الثقافي الهابط، أو الذي يعطي إشباعاً للجماهير العريضة بحيث يراه بعض الناس أنه يحط من قدر الذوق مثل: العنف الزائد،وتصوير الأساليب الإجرامية، وموضوعات الرعب والوحشية، والبرامج الإباحية، والموسيقى المثيرة.

وقد أمكن للدارسين تحديد عناصر النظام الاجتماعي الذي يحدث بداخله مستوى الذوق الهابط فيما يلي:

١- الجمهور: وهو العنصر الرئيسي للنظام الاجتماعي الخاص بوسائل الاتصال الجماهيري، وينقسم الجمهور إلى طبقات اجتماعية متمايزة، منها علاقات متشابكة في مجالات عديدة ولابد من تحديد احتياجات أفراد الجمهور، وطبيعة العلاقات الاجتماعية بين أفراده.

٢- هيئات البحث: وهي الجهات التي تقدم معلومات للمسئولين عند انتقاء أنواع المحتوى الذي سيوزع على الجمهور.

٣- الموزعون: حيث ينتقل المحتوى من موزع إلى الجمهور.

٤- المنتجون والممولون: وهناك مجموعة كبيرة من الأنظمة الفرعية ضمن عنصر المنتج ومن أمثلة ذلك: الممثلون والمخرجون والمراسلون ورؤساء أقسام الأخبار وغيرهم.

٥- وكالات الإعلان: ويرتبط الممول والموزع والمخرج وهيئة البحث بوكالات الإعلان.

٦- نظم الرقابة مثل الهيئات التشريعية التي تضع اللوائح التنظيمية الخاصة بوسائل الإعلام.

وتتفاعل العناصر السابقة في تحديد المحتوى المسموح والمحتوى غير المسموح، وتندرج كل واحدة من وسائل الإعلام ضمن هذا النموذج العام من النظام الاجتماعي ومن الطبيعي أن يمثل التمويل الشرط الأساسي لهذا النظام.

فمعظم مكونات نظام الإعلام عبارة عن عناصر وظيفية يحرك المال أفرادها، ولكي يحصلوا على المال فإنهم يعتمدون على أكثر العناصر أهمية وهو الجمهور [١].

(١) حسن عماد، مرجع سابق .ص ١٢٨ -١٣٠.

ثالثاً - الأنساق الحديثة لوسائل الإعلام والاتصال وبعض النماذج النظرية لها

أنظمة الإعلام والاتصال الحديثة هي نتاج قوى اجتماعية وسياسية وقد نتج عنها تكنولوجيا اتصال حديثة منها التليفزيون الكابل، والمحطات الفضائية، وأنظمة الاتصال التبادلي، والشريط التليفزيوني . لعل الاختراع الأساسي والذي غير من أنظمة الانتشار والتوزيع سواء في مجال الإشارات والرموز التي دخلت في لغات عديدة وفي رسائل شتى، هو تحويل شكل الإشارة من النموذج التماثلي (analogy) إلى النموذج الرقمي (digital) حيث تم الاعتماد على القياس الكمي الرقمي مما أتاح إمكانية نقل إشارات غير متجانسة فيما بينها، وهي إشارات أصبحت قادرة على التعايش فيما بينها بفضل تحويلها إلى اتصالات رقمية.

وقد أضيف إلى هذه التحولات الجذرية، اختراع الألياف البصرية والأقمار الصناعية التي رفعت الإمكانية الكمية لانتشار الإشارات، وقد انتشر على أثر ذلك جملة من الاكتشافات بدءا بالنص الأبجدي التليفزيوني Teletext ، والصور التليفزيونية Videotext ، والتليفاكس telefax، وأجهزة الاتصال التعددية multimedia ، والهاتف المحمول ، ومن المؤكد أن هذه التكنولوجيا الاتصالية تتمتع بمزايا عديدة من جهة وتثير سلسلة من الإشكاليات من جهة أخرى، لعل إحدى أهم المشكلات الناجمة عن هذا التقدم هي مسألة الاتصال التبادلي والإنساني والاتصال التبادلي الآلي التي فرضت التكنولوجيا الجديدة ضرورة التفريق بينهما وما يترتب على ذلك من انعكاسات على حياة الإنسان.

فالاتصال التبادلي الإنساني هو عبارة عن شكل خاص من أشكال الفعل الاجتماعي يقوم به أشخاص في علاقاتهم مع أشخاص آخرين أو حتى علاقاتهم مع

نصوص أو مع آلة . أما الاتصال التبادلي الآلي فإنه يكمن في تقليد نظام آلي أو إلكتروني للاتصال التبادلي والإنساني بهدف احتواء وظيفة اتصالية مع متلق أو أكثر.

ومن الناحية السوسيولوجية فإن *الاتصال التبادلي هو عبارة عن حوار بين إنسان وآلة يجعل إنتاج النصوص الجديدة غير المتوقعة سلفاً أمرا ممكنا .*

وفي هذا الأفق من الصعب الاحتفاظ بمصطلح الإعلام الجماهيري ففي تطور الجرافيك الحاسوبي والواقع الافتراضي على سبيل المثال، يرى بعض الباحثين بروزصورة مضادة للجماهيرية غير محددة الأطر.

فخلال عقد السبعينات اعتبرت الحواسيب أدوات حسابية ولكنها أصبحت فيما بعد أدوات قادرة على تحويل أي نوع من المعلومات النصية والجرافيكية المكودة ما استوجب تغيير المصطلح من حاسب إلكتروني إلى مُعد إلكتروني، ومن خلال هذه الوسيلة يمكن إبراز كيف أن وسائل الاتصال الجديدة new media توضع في موضع مركزي بين الطبقات المتفاوتة للصناعات التي تنتج أدوات حاملة للاتصال وبهذا الشكل يصبح من المستحيل تطبيق التقسيمات التقليدية عن الصحافة المطبوعة والإذاعة والتلفزة والسينما والهاتف على تلك الرسائل الاتصالية الجديدة . التي تنتمي إلى بعد وسطي بين المنتج والخدمة فوسائل الاتصال الحديثة تحاول تقديم شيء ما قابل للبيع يملأ الحيز القائم بين الشكل والجوهر أي بين حامل المعلومة ومضمونها [١] .

وتتصف وسائل الاتصال الحديثة بخواص تميزها عن الوسائل الاتصالية التقليدية حيث تتميز بـ:

---

(١) فريال مهنا - علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية - دار الفكر المعاصر - دمشق ط١ ٢٠٠٢ ص٣٩٠-٣٩٩.

- قابلية التحرك Mobility حيث يتاح للمستخدم الاستفادة من الوسيلة الاتصالية في أي مكان أثناء الحركة.
- قابلية التحويل Convertibility: حيث تتصف الوسائل بقدرتها على نقل المعلومات من وسيط لآخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى مطبوعة.
- قابلية التوصيل Connectivity: حيث يتم توصيل الأجهزة الاتصالية الحديثة بمجموعة متنوعة من الأجهزة الأخرى (تليفزيون مع تليفون مع كمبيوتر مع جهاز فاكس).
- الشيوع والانتشار: فكل وسيلة تظهر في البداية كأنها ترف ثم تتحول إلى ضرورة، فنظم الاتصال يتم انتشارها في العالم وداخل الطبقات المختلفة في المجتمع.
- الكونية Globalization فالبيئة الأساسية لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية والتي سمحت لها بتخطي الحواجز السياسية والثقافية والاجتماعية.

وسيتم تناول بعض النماذج النظرية التي توضح كيف تعمل هذه الأنساق الاجتماعية في مجال الإعلام و الاتصال الحديث، وكيف تتشكل المعاني اجتماعيا من خلال مدخل تمثيل المعلومات الاجتماعية وكيف ظهر مدخل الوجود الاجتماعي الذي يعطي الإحساس الذاتي للقائم بالاتصال حول مدى سريان التفاعل مع الشريك في عملية الاتصال ،ثم نموذج الهوية الاجتماعية وفصل الفرد عن الهوية الذاتية وهو يعد أفضل المداخل النظرية التي تتناول عملية تشكيل الانطباعات في التفاعل عبر الحاسب وهي تمهد الطريق لتدعيم احتمالات إيجاد جماعات اجتماعية افتراضية.

١ - مدخل تمثيل المعلومات الاجتماعية

يعني تمثيل المعلومات الاجتماعية Social Information Processing أن المعاني تتشكل اجتماعيا فعلى الرغم من كافة الصفات الموضوعية ومحددات بيئة العمل التي تؤثر على الإدراك والسلوك إلا أن المعلومات التي يتم استنتاجها من خلال البيئة الاجتماعية لها أهمية مساوية في عملية الاتصال (١).

ويفترض مدخل تمثيل المعلومات الاجتماعية أن الاتجاهات وأنماط السلوك تتحدد جزئيا عن طريق المعلومات المتضمنة في السياق الاجتماعي، ويؤكد هذا المدخل أن كلا من خصائص وسائل الإعلام والاتجاهات تتشكل بطرق اجتماعية ويستند هذا المدخل على افتراض أساسي أن الاتجاهات تتشكل وتتأثر بملاحظات الفرد لسلوكه في الماضي الذي يعد مصدرا لتلك الاتجاهات حيث يقوم الفرد ببناء تفسيرات لهذا السلوك ترتبط بالمعلومات والأحداث التي وقعت في الماضي فيما يشبه عملية إعادة صياغة لتلك المعلومات.

وتتأثر عملية التمثيل هذه بمدى التزام الفرد بالمعلومات المرتبطة بسلوكه في الماضي والذي كان سائدا في ذلك الوقت (٢)وفي دراسة للاتصال عبر الحاسب الآلي اعتمد فيها الباحث على مدخل تمثيل المعلومات الاجتماعية حيث يفترض أن الناس يحتاجون إلى الشعور بالانتماء لجماعة معينة، ويبذلون جهدا اجتماعيا لكي ينالوا إعجاب الآخرين ويتشابه هذا الدافع لدى الأفراد الذين يتقابلون بشكل مباشر عبر الحاسب، كما أن هذا الدافع يعمل كحافز موحد بين جميع المتفاعلين ويدفعهم

(1) Fulk, Stinfield and power" social information processing model of media use in organization "Communication research", vol.14, No.5, 1987, p.531.

(2) Fulk, Stinfield and power A social information processing model of media use in organization "Communication research", vol.14, No.5, 1987, p.531.

لمواصلة إقامة علاقات اجتماعية إيجابية من خلال عملية الاتصال فيما يسمى الحافز الموحد Uniform propulsion وبهذه الطريقة فإن الاتصال يعمل على تسهيل وإسراع أو إعاقة وتأخير عملية بناء وتطوير العلاقة بين أطراف التفاعل (١).

ومن إحدى مزايا تطبيق نموذج تمثيل المعلومات الاجتماعية قدرته على تفسير النتائج التي قد تبدو غامضة عند تناولها من وجهة نظر المداخل التقليدية، كما أنه يقدم نماذج متنوعة لأنماط استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة داخل المؤسسات بين شركاء العمل وهي:

عدم ملاءمة الوسيلة للمهمة ،أحيانا يتم استخدام وسائل الاتصال التي تتسم بانخفاض درجة التواجد الاجتماعي لإنجاز مهام تتسم بأنها ذات درجة تواجد اجتماعي مرتفعة فعلى سبيل المثال:

رصدت بعض الدراسات التي اهتمت بالبريد الإلكتروني ومؤتمرات الحاسب عددا من الاستخدامات الاجتماعية الحسية لتلك الأنماط من التكنولوجيا التي تتسم بدرجة منخفضة للتواجد الاجتماعي مثل: التعرف على الأشخاص، والمداومة على استمرارية العلاقة، والمشاركة في الألعاب الترفيهية وغيرها من الأنشطة التي تتسم بدرجة عالية من التواجد الاجتماعي (٢) .

***

(1) walther, Joseph B., "Anti separated on going interaction versus channel effects an Relational communication in computer.–Mediated Interaction. "Communication research". Vol.20 .no4, 1994, p494.

(2) Fulket. Al., Op. Cit,p.541-543.

٢ ـ مدخل الوجود الاجتماعي

ظهرت فكرة الوجود الاجتماعي Social Presence عام ١٩٧٦ على يد Short Williams and Christie وذلك للتدليل على تأثير الاتصال من خلال الحاسب بأداء المهام وبالاتصال غير الشخصي (١) والوجود الاجتماعي، وهو الإحساس الذاتي للقائم بالاتصال حول مدى سريان التفاعل مع الشريك في عملية الاتصال ويرجع ظهور هذا الشعور إلى عدد الرموز التي تستطيع الوسيلة أن تنقلها، وكلما قل عدد هذه الرموز قلت درجة الوجود الاجتماعي الذي يشعر به الفرد خلال استخدامه للوسيلة ، وينتج عن تقليل درجة الوجود الاجتماعي أن يقل دفء وحميمية شعور وخبرة المشتركين في عملية الاتصال الشخصي (٢) ويعتبر الاتصال الشخصي أكثر أنواع الاتصال من حيث الوجود الاجتماعي يليه الاتصال الذي يحتوي على المواد المسموعة ومؤتمرات الفيديو ثم المواد المسموعة فقط ، ثم الوسائل المطبوعة وفي هذا المدخل إذا كانت المهمة المطلوب أدائها تحتاج إلى الانخراط فيها بشكل شخصي فسوف يفضل الأفراد الوسائل التي تتميز بقدر أعلى من الوجود الاجتماعي (٣).

ومن ثم فإن هذا المدخل ينبئ بأنه كلما قلت القنوات المتاحة أو الرموز المتاحة من خلال الوسيلة فإن المستخدم سوف يعطيها انتباها أقل لمدى وجود مشاركين

(1) Walther, Anderson and Park," Interpersonal effects in Computer Mediated communication. A Meta analysis of Social and antisocial communication. "Communication Research, Vol., 21 No. 4, 1994 p.462.

(2) Walther, Slovak Tidwell", Is a picture worth a thousand word: photographic images in long term and shot term computer mediated communication." Communication Research, vol. 28, no 1, 2001 P lo6- 107.

(3) Folk , Stinfield Op.Cit, p.531.

آخرين في عملية التفاعل وكلما قلت درجة الوجود الاجتماعي كلما أصبحت الرسائل أقل من حيث كونها شخصية [1] .

***

(1) Joseph Walther " computer mediated communication impersonal, interpersonal and hyper personal interaction" communication research, vol. 23 no 1996,p7

٣ ـ نموذج الهوية الاجتماعية
وفصل الفرد عن الهوية الذاتية

ترتبط بعض نظريات التأثير الخاصة بأنظمة الاتصال التي تستخدم الحاسب كوسيط بنظريات الحشد ونظريات الاتصال الجماهيري التي قدمها مؤسسو العلوم الاجتماعية، وعلى الرغم من أن فكرة الحشد والحاسب قد يبدوان متباعدين إلا أنه يمكن المقابلة بينهما على ضوء تأثير كل منهما في السلوك الاجتماعي، وقد افترض الباحثون أن القيم الاجتماعية وانعكاساتها على السلوك من شأنها أن تقيد الفرد وتحد من حريته، ولكن هذه التأثيرات تتلاشى عندما يندمج الأفراد في الحشد ثم تطمس شخصياتهم ويصبحوا غيرمعروفين للآخرين وقد أعيد تقديم هذه الفكرة في إطار علم النفس الاجتماعي من خلال نظرية الانفصام De individuation Theory وهو حالة نفسية يقل فيها تقييم الفرد لذاته مما يؤدي إلى ظهور أنماط من السلوك غير المقبول والمنافي للقيم anti normative مثل السب والإهانة Flaming في الاتصال عبر الحاسب.

ولذلك فإن *المجهولية داخل الحشد أو الجماعة يمكن أن ترتبط بانهيار القيم والعادات الاجتماعية التقليدية* (١).

وتعد نظرية فصل الفرد عن هويته الذاتية هي أفضل المداخل النظرية التي تناولت عملية تشكيل الانطباعات في التفاعل عبر الحاسب – على الرغم من أنها تهتم بوصف الانطباعات الطبيعية، فمن تقبلوا الرسالة عادة ما يبالغون في الأفكار والانطباعات التي يشكلونها حول الطرف الآخر للاتصال، وذلك نتيجة لاعتمادهم

(1) Postmeset. Al., "Breaching or Belding Social Boundaries? SIDE – effects of Computer Mediated cam. Com. Research. Vol 29, No6,1998 ,pp 689-715.

المتزايد على معلومات حسية واجتماعية محدودة هي كل ما يتيحه سياق الاتصال عبر الإنترنت .

وتكنولوجيا الاتصال الحديثة تمهد السبيل وتدعم احتمالات خلق جماعات اجتماعية افتراضية جديدة ومن ثم تكوين هويات اجتماعية افتراضية أيضا لأفراد تلك الجماعات، وتمارس الجماعة أو أية فئة اجتماعية بشكل عام تأثيرا على أفرادها من شأنه الحد من التحكم في سلوكهم.

وتعد أعراف الجماعة وقيمها والصور الذهنية المحببة اجتماعيا لديها من أهم محددات السلوك الاجتماعي المقبول وتلك المحددات هي التي تستخدم عادة لتمييز الجماعة التي ينتمي إليها الفرد عن التي لا ينتمي إليها [1] .

***

(1) Postneset al, Op. Cit, p.690.

رابعاً - الإعلام والتغيير الاجتماعي

التغيير الاجتماعي هو عملية منظمة يتم بواسطتها تغيير بيئة ووظائف النظام الاجتماعي وقد تظهر هذه العملية في أشكال مختلفة، لكنها تمر عبر ثلاث مراحل، تميز أية عملية تغيير، وهذه المراحل هي:

١ - مرحلة إنتاج شيء ما.

٢- مرحلة نشر هذا الشيء لأفراد النظام الاجتماعي.

٣- مرحلة النتائج الفردية أو الجماعية التي تظهر إما بالقبول أو الرفض[1].

تعتبر عملية التغيير الاجتماعي في معناها العام هدفا محوريا تدور حوله دراسات الاتصال (بما فيها الاتصال الجماهيري) والأفكار المستحدثة وانتشارها وتبنيها.

وهناك ثلاثة اهتمامات للباحثين أولها ما يتعلق بحجم وحدات التبني (الاجتماعي -الفردي) وأصول التغيير المقترح (هل هو جوهري أم تغيير عرضي احتكاكي) ثم القصد المتصور لعامل التغيير (هل هو موجه أم مختار).

ويمكن توضيح أنماط التغيير كما يلي:

- التغيير الاجتماعي والفردي:

ويشير التغيير الاجتماعي إلى العملية التي يتم فيها تغيير التركيب الاجتماعي ذاته أو أن تتحول الوحدات المكونة للنظام الاجتماعي. أما بالنسبة للتغيير الفردي

---

(1) W.R.Spence, " Innovations: The Communication of change in Idea, Practices and Products" first Edition, London, Chapman & Hall,1994 p.16.

فهو يسلم أيضاً لعملية التبديل أو التعديل ولكن وحدة الملاحظة هنا هي الفرد وليس المجتمع.

والتغيير الفردي والاجتماعي يمثلان استمرارية أو خيطا متصلاً أحد أطرافه الفرد والطرف الآخر هو النظام الاجتماعي.

- التغيير الجوهري والاحتكاكي:

يشير التغيير الجوهري إلى حدوث التغيير داخل النظام الاجتماعي كتبني الأفراد داخل النظام لاجتياز مقررات دراسية تدريبية في قيادة السيارات مثلاً كما هو الحال في أمريكا.

أما التغيير الاحتكاكي فهو يشير إلى تغيير خارج النظام الاجتماعي أي كما يحدث عند إدخال السيارات في بعض قرى البلدان النامية فهذا يبدو غريبا وخارج عن النظام الاجتماعي السائد. ولما كان إدراك الفرد الحسي وقدرته على فهم أعضاء النظام الاجتماعي هو الذي يزودنا بحواجز التغيير ذات الدلالة فإن الشيء الحاسم هنا هو كيفية تعريف هؤلاء الأعضاء لحدود النظام الاجتماعي.

- التغيير الموجه أو الانتقائي

يشير التغيير الموجه إلى الإدخال المقصود للتغيير وذلك لتحقيق أهداف إحدى مكونات التغيير، وبالمقارنة فإن التغيير الانتقائي يحدث عندما يأتي الدافع للتحول من أولئك الذين يتحولون فعلا وليس من نتاج عوامل للتغيير محددة.

وهناك عناصر أساسية لازمة لانتشار الأفكار المستحدثة وهي:

١ – الأفكار المستحدثة.

٢ – التي يتم توصيلها من خلال قنوات معينة.

٣- على فترة من الزمن.

٤- بين أعضاء النظام الاجتماعي.

أما الصفات المميزة للأفكار المستحدثة كما يراها أعضاء النظام الاجتماعي فهي التي تحدد معدل تبنيها وهناك خمس صفات للأفكار المستحدثة وهي:

١- الميزة النسبية.

٢- التوافق أو الانسجام .

٣- التعقد.

٤- القابلية للتجريب والمحاولة.

٥- القابلية للملاحظة .

أما قنوات الاتصال فيقصد بها الأساليب التي تصل بها الرسالة من المصدر إلى المستقبل وقنوات الاتصال الجماهيري تعتبر أكثر القنوات تأثيراً في تزويدنا بالمعرفة عن الأفكار المستحدثة بينما تعتبر قنوات الاتصال الشخصية أكثر تأثيرا في تشكيل وتغيير الاتجاهات نحو الأفكار الجديدة.

أما بالنسبة للزمن فهو أحد عناصر الانتشار بالنسبة لما يلي:

١- عملية اتخاذ القرار بالنسبة للأفكار الحديثة.

٢- الابتكارية.

٣- معدل تبني الأفكار المستحدثة.

وعملية اتخاذ القرار بالنسبة للأفكار الحديثة هي عملية عقلية يمر الفرد خلالها من المعرفة الأولية للأفكار المستحدثة إلى اتخاذ القرار بالتبني أو الرفض وأخيرا بالتأكيد والتثبت من هذا القرار.

أما من ناحية التبني فهو يتضمن قرار الاستخدام الأكمل للأفكار الجديدة باعتبار ذلك أحسن السبل.

أما الرفض فهو قرار بعدم التبني، أما التوقف فهو قرار لوقف استخدام الأفكار المستحدثة التي وافق على تبنيها من قبل أي أن التوقف هنا هو قرار بتبني الأفكار الحديثة متبوعا برفضها .

أما الابتكارية فتعني الدرجة التي يتبنى بها الفرد الأفكار الجديدة بطريقة أسرع من غيره من أعضاء النظام الاجتماعي [1] وهناك خمس فئات من المتبنين وهم:

١ - المجددون Innovators.

٢ - المتبنون المبكرون Early Adopters

٣- الأغلبية المبكرة Early Majority .

٤ - الأغلبية المتأخرة date Majority.

٥ - المتريثون laggards [2] .

أما معدل تبني الأفكار فيعني السرعة النسبية التي يتم بها تبني الأفكار المستحدثة بواسطة أعضاء النظام الاجتماعي.

وبهذا يمكن توضيح خمس مراحل لتبني الأفكار المستحدثة:

١ - مرحلة الوعي أو المعرفة بوجود فكرة جديدة.

٢ - مرحلة الاهتمام بالفكرة الجديدة والبحث ومعلومات عنها.

٣- مرحلة التقييم حيث يحاول الفرد أن يحدد موقفه الحالي والمستقبلي ويقرر

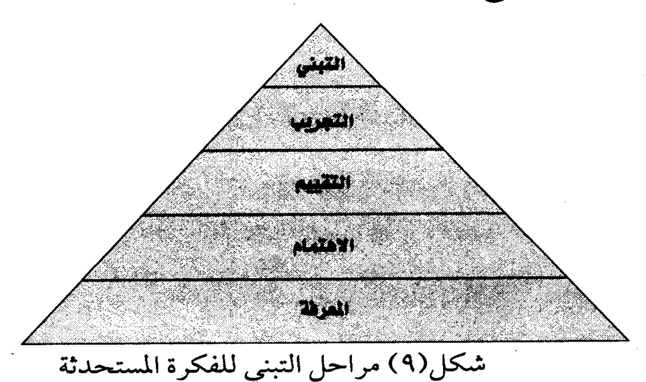
(١) أحمد بدر – مرجع سابق ،ص ٣٠٠-٣٠١ .

(٢) محمد عودة – أساليب الاتصال والتغيير الاجتماعي – دار المعرفة الجامعية ١٩٩٨م ص١٨٧ .

تجربة الفكرة أو رفضها.

٤- مرحلة التجريب والمجادلة حيث يحاول الفرد تجربتها على نطاق صغير لتعزيز صلاحيتها لظروفهم.

٥- مرحلة التبني حيث يستخدم الفرد الفكرة الجديدة بصفة مستمرة على نطاق واسع [(١)] .



شكل(٩) مراحل التبني للفكرة المستحدثة

وتوجد بعض المتغيرات التي يمكن أن تؤثر في عملية اتخاذ قرار التحديث وتشمل:

١- المتلقي:كالخصائص الشخصية التي تشير إلى الاتجاه العام نحو التغيير.

٢- النظام الاجتماعي:مثل المعايير الاجتماعية التقليدية أو التجديدية ودرجة التسامح من جانب النظام الاجتماعي في تقبل الأفكار الجديدة . ودرجة الاستيعاب الإعلامي.

(١) أحمد بدر مرجع سابق ص ٣٠٧.

٣- خصائص الأفكار المستحدثة: وتتمثل في الفائدة النسبية للفكرة المستحدثة ودرجة ملاءمتها وبساطتها وقابليتها للتجريب والملاحظة [١].

***

(١) منى سعيد الحريري، وسعد محمد إمام – الإسلام والمجتمع – الدار العصرية اللبنانية ٢٠٠٤م ص١٣٣.

خامساً - الإعلام والعلاقات الاجتماعية

مفهوم العلاقات الاجتماعية في مجال الإعلام يرتبط بتأثير وسائل الإعلام والاتصال الذي يتم على خطوتين Two –Step Flow of communication وخاصة ما يتصل بتبني الأفكار المستحدثة Innovation والتي تعني ضرورة أن يقتنع بالفكرة قادة الرأي Opinion leader ثم يبدأ الجمهور المرتبط بهؤلاء القادة بالاقتناع بالفكرة.

وقد بدأ الباحثون في مجال الإعلام الاهتمام بهذه النظرية بعد ما ظهرت أهميتها في مجال الحملات الانتخابية وذلك في المجالات الإعلامية الخاصة بالذهاب لدور السينما أو التأثر بالإعلانات، واستخلص العلماء والدارسون من ذلك أهمية التأثير الشخصي على الجمهور من جانب قادة الرأي فهم أكثر ثقة واحتراما وارتباطاً بهم وذلك بالمقارنة بالرسائل المباشرة من قبل وسائل الإعلام المختلفة.

وقد توصلت بعض الدراسات المتعلقة بالتجديدات وانتشارها إلى أن:

- النمط الاتصالي الجمعي أو غير الشخصي يلعب دورا مهماً في مرحلة الوعي بالموضوع الجديد، أما الاتصال الشخصي فهو الأكثر أهمية في مرحلة تقييم هذا الموضوع الجديد.
- لا يحدد الاتصال فقط مسألة التثبت أو بمعنى آخر ليست هناك علاقة بسيطة وساذجة بين الاتصال وتبني الجديد واستخدامه بل إن الاتصال عامل واحد فقط داخل نطاق مجموعة أخرى من العوامل حيث كشفت الدراسات أهمية السن، والمكانة الاجتماعية الاقتصادية، والتعليم وقوة العاطفة الدينية وحجم الملكية وشدة الانتماء الجماعي.

- يتأثر الناس بأشخاص ينتمون إلى نفس مجالهم الموقفي.
- يميل موظفو مؤسسات التغيير والإرشاد إلى إقامة علاقات مع أفراد المجتمع الذين يتمتعون بمكانة اجتماعية مرتفعة أكثر من ميلهم إلى تكوين مثل هذه العلاقات مع أشخاص أقل مكانة.

وأهم مبادئ التبني هو الاهتمام بالجماعة المرجعية Group of Reference ويصلح هذا المبدأ في مجال ارتباط الفرد بجماعة معينة وتكاملها معه وبخاصة إذا كان من الصعب انتزاع الفرد من ولائه للجماعة [١].

كما تشير الدراسات إلى أن غالبية أفراد الجمهور المستهدف لا يحصلون على معلوماتهم من وسائل الإعلام مباشرة وإنما يحصلون عليها من خلال اتصالهم بقادة الرأي في الجماعات التي ينتمون إليها من خلال الاتصال الشخصي بهم، ومعنى ذلك أن الاتصال الشخصي يلعب دوراً مهماً في تكوين وتوجيه الرأي العام بجانب وسائل الإعلام الجماهيري، وأن قادة الرأي يمثلون عنصراً مهماً في عملية الاتصال الشخصي ويلعبون دور الوسيط بين الأفراد ووسائل الإعلام

كما تشير الدراسات إلى أن غالبية أفراد الجمهور المستهدف لا يحصلون على معلوماتهم من وسائل الإعلام مباشرة، وإنما يحصلون عليها من خلال اتصالهم بقادة الرأي في الجماعات التي ينتمون إليها من خلال الاتصال الشخصي بهم ومعنى ذلك أن الاتصال الشخصي يلعب دورا مهماً في تكوين وتوجيه الرأي العام بجانب وسائل الإعلام الجماهيري، وأن قادة الرأي يملكون عنصراً مهماً في عملية الاتصال الشخصي ويلعبون دور الوسيط بين الأفراد ووسائل الإعلام [٢] .

---

(١) محمد عودة، مرجع سابق، ص٢١٤-٢١٥.
(٢) منى سعيد الحديدي، مرجع سابق ص١٤٢.

ويؤكد الباحثون أنه يكاد يكون من غير المعقول دراسة عملية الانتشار دون وجود قدر من المعلومات المتعلقة بالتركيب الاجتماعي الذي يعيش في إطاره الأفراد المتوقع اعتناقهم الفكرة الجديدة، حيث تتأثر عملية نشر الأفكار المستحدثة بالمعيار الاجتماعي السائد ، أي النمط السلوكي الشائع بين أفراد تنظيم اجتماعي معين [1] .

***

(١) منى سعيد الحديدي ، مرجع سابق ص١٢٨.

سادساً – الإعلام والثقافة

تعريف الثقافة: عرفها الأنثروبولوجي الإنجليزي تايلور ١٩١٧م بأنها "ذلك الكل المركب الذي يضم المعارف والمعتقدات والفنون والأخلاق والقانون والعرف وكل المقدسات والعادات التي يكتسبها الإنسان كعضو في مجتمع معين، إذا كنا نتحدث عن ثقافة مجتمع معين فإننا نقصد بذلك وجود نظام متواصل ومتوارث يتكون من تلك الأنماط الثقافية التي اصطلح عليها المجتمع يشترك فيها جميع الأفراد وتنتقل من جيل لآخر ويتعلمونها بالمحاكاة أو التكرار أو الممارسة بشكل لا شعوري كما نرى في تعلم الأفراد اللغة.

وبالرغم من أن الثقافة تتميز بسمة الاستمرارية والتواصل من جيل إلى جيل إلا أنها تكون قابلة للتغيير، وتختلف المجتمعات الإنسانية في مقدار هذا التغيير الذي يحدث على مستوى المجتمع بفعل تغيير الظروف الاقتصادية ووجود المخترعات والاكتشافات الجديدة وانتشارها. ونتيجة لهذا التغير الثقافي قد نسمع مثل هذه التعبيرات:

الصدمة الثقافية Shook culture والثورة الثقافية Culture revolution.

كما نجد أن الثقافة تتميز أيضاً بقابليتها للانتشار والانتقال من وسط ثقافي إلى وسط ثقافي آخر، ويمكن أن يتم هذا الانتقال بشكل عرضي أو شكل مقصود، وقد يحدث الانتقال بكل سهولة دون صعوبة أو اعتراض، وقد يلقى هذا الانتقال نوعاً من الصراع بين الثقافة المحلية والثقافة الوافدة.

وهي تؤدي دوراً مهماً في تكوين المجتمعات الإنسانية أو التجمعات العرقية

المتميزة فهي التي تولد بين أفرادها مجموعة من الروابط التي تتمثل في طرق التفكير والشعور والسلوك المشترك من جهة، كما أنها تساهم من جهة أخرى بطريقة رمزية تشبه نظام اللغة في تأكيد هذه الروابط.

وتتمثل الوظيفة الاجتماعية للثقافة في أنها تجمع وتوحد عدداً من الأفراد في جماعة متميزة، وهي تحقق للإنسان حالة من التوازن مع ما يحيط به وهي تنطوي بهذا المفهوم على قيمة انسجامية للإنسان مع الطبيعة من ناحية ومع أفراد مجتمعه من ناحية أخرى[1].

* وبناء على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع فإنه يمكن تقسيم جمهور وسائل الإعلام إلى فئات كالآتي:

١- أصحاب الاتجاه العلمي وهم الذين يميلون إلى الحكم على الأشخاص والأشياء والمعاني وأوجه النشاط الإنساني في إطار القوانين والنظريات والعلاقات العلمية، ويتأثر سلوك الفرد الاتصالي تجاه وسائل الإعلام بهذا المفهوم. فالفرد من أصحاب هذا الاتجاه يقبل أو يرفض بمعيار الموافقة أو القبول مع المعايير العلمية وكذلك بقيمة ما يضيفه العمل إلى المعرفة الإنسانية ويتأثر هذا الاتجاه بمستوى التحصيل العلمي المنظم وسعة الاطلاع على العلوم والثقافات المختلفة.

٢- أصحاب الاتجاه المادي أو العملي: والفرد في هذه الفئة يصدر أحكامه في إطار المنفعة المباشرة والعائد المادي. وكذلك بمفهوم الجزاء المباشر للسلوك الاتصالي مع وسائل الإعلام. مثل: الحصول على المعرفة

---

(١) كريم زكي حسام الدين، اللغة والثقافة، دار غريب، ٢٠٠١ ص٦٠-٦٧.

المتخصصة التي تفيد الفرد في اتخاذ قراراته اليومية.

٣- أصحاب الاتجاه المعنوي: وهذا الاتجاه عكس الاتجاه السابق تماما . حيث تتأثر أحكام الفرد بالمنفعة أو العائد المعنوي الذي يتمثل في التوافق والانسجام والإشباع الوجداني والعاطفي مثل الجمال، والإبداع الإنساني الذي يكون مصدره الفن والأدب بفروعه المختلفة. والمعايير السائدة في هذا الاتجاه هي المعاني والرموز التي تدعم الحب والخير والسلام والأخوة والتعاطف والمودة والألفة ... وغيرها من المعاني والرموز الإيجابية للعلاقات الإنسانية في إطارها المعنوي.

٤- أصحاب الاتجاه الاجتماعي: ويرتبط هذا الاتجاه بإطار الأحكام التي تتوارثها الجماعات والمجتمعات لنمط سائد من التقاليد والأعراف والعادات التي تحكم علاقة الفرد بالغير داخل الجماعات بأنواعها المختلفة مثل: العلاقات داخل الأسرة أو الجيرة أو الأصدقاء.

وهذا التصنيف لا يقدم حدوداً كاملة بين هذه الفئات لاحتمال تداخل الفئات مع بعضها عند بعض الأفراد. ولكن اختيارها قد يشير إلى سيادة اتجاه معين في التمسك بأنماط معينة من المعايير الثقافية، والتي يمكن اتخاذها أساساً لتفسير العلاقات مع وسائل الإعلام.

وبالإضافة إلى ذلك هناك التقسيم الذي قدمه ميلر و لونستين Miller & Lauenstein لجمهور وسائل الإعلام.

حيث وجدا أن أبسط التقسيمات هو التقسيم الثلاثي التالي:

١- الجمهور الأمي Illitrate وهو الجزء من الجمهور ممن يقرأون ويكتبون

ولكنهم لا يميلون إلى ذلك. هذا الجمهور يكون ولاؤه لوسائل الإعلام ذاتياً. فهو يبحث عن الترفيه وكذلك عن الإثارة في تعرضه لوسائل الإعلام فهو ليس صاحب اتجاهات فكرية . هذا النمط من الجمهور كسول يميل إلى المشاهدة وليس القراءة . متفرج ولكن لا يميل إلى التفكير.

لا يميل إلى أي نوع من وسائل الإعلام أو مفرداتها التي تحاول أن تدفعه إلى المشاركة أو التفكير أو إبداء الآراء.

غالباً ما تكون الحالة الاجتماعية والاقتصادية لهذا الجزء من الجمهور متدنية، أو في أسفل الطبقة الوسطى. وكذلك قد يمتلكون القرارات ولكن لا يتوفر لديهم الدافع أو الاهتمام والنشاط لبذل أي مجهود في العملية الإعلامية.

٢- الجمهور النفعي، المادي، العملي Paragmatistic Practical وهم ممن يميلون إلى الاندماج من آلية المجتمع، مشاركون، يميلون إلى التنظيمات، يتعرضون لوسائل الإعلام، يرغبون في الارتفاع بمستواهم، يهتمون بالمركز أو المنزلة التي تمثلها الملكية المادية. وهذا يدفعهم أن يكونوا عملاء للرسالة الإعلامية.

ونظراً لأنهم يريدون التقدم بصفة مستمرة فهم يتعرضون إلى وسائل الإعلام بانتظام.

٣- المفكرون Intellectuale ويكونون أقل فئة بين جمهور وسائل الإعلام، يهتمون بالآراء ووجهات النظر ولا يهتمون بالماديات . منكرون ومبدعون.

وهذا الجزء من الجمهور ليس معارضاً للحياة الاجتماعية، كما أنه ليس اجتماعياً، يتركز حول ذاته، يبحث عن الصحبة، يعتبر نفسه من الصفوة.

نجده لا يهتم بوسائل الإعلام. لأنه لا يهتم بالمجتمع الجماهيري فالإعلام من وجهة نظره يستهدف السطحية ... ويعطي الجماهير ما يظهر أنها تريده، ولا يستهدف الارتفاع بهذه الجماهير العامة [1].

***

(١) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب ط٣، ٢٠٠٤ ص٢٥٦-٢٥٨.

اللغة

تمثل اللغة نمطاً مهماً من الأنماط الثقافية التي تتكون من خلالها ثقافة المجتمع، بل تعد عند معظم الأنثروبولوجيين أهم هذه الأنماط لأنها تعتبر الوعاء الذي يحتوي جميع الأنماط الثقافية وسماتها من ناحية، كما أن كل ما يكتسبه الفرد ويتعلمه من هذه الأنماط يصل إلى عقله ووجدانه من خلال اللغة من ناحية ثانية، ولقد كان هذا الارتباط الوثيق بين اللغة والثقافة وراء الاهتمام الذي أبداه الأنثروبولوجيون لدراسة لغات المجتمعات التي اهتموا بها.

إن دور اللغة في المجتمع لم يقتصر على اعتبارها أداة للاتصال بين أفراده فقط، بل أنها أصبحت تمثل جزءاً أو عنصراً مهماً من عناصر الثقافة وأن فهمها فهماً جيداً يتوقف على فهم أنماط الثقافة السائدة في المجتمع ، فدراسة العلاقة الواضحة بين اللغة والمحتوى الثقافي لا يعني شيئاً أكثر من أن اللغة لها أساس ثقافي وأنه لا يمكن بالتالي تحديد مفردات اللغة ودلالاتها تحديداً دقيقاً إلا بمعرفة البيئة الثقافية لهذه المفردات أو لهؤلاء الناطقين بها، وهذا ما يقصده الأنثروبولوجيون والاجتماعيون حينما يذهبون إلى أن اللغة شيء أكبر مما نجده في المعاجم، وأن دراستها دراسة عميقة تحتاج إلى التعرف على الروابط اللغوية بين أنماط اللغة وأنماط الثقافة [1] .

اللغة بمفهومها العام وسيلة للتفاهم والتواصل والتعبير عن العواطف والأفكار العامة، لا يحدد مدلولها بالكلمات والعبارات فقط، التي تصطلح على معانيها أو دلالتها أمة من الأمم أو مجتمع من المجتمعات إذ أنها تشمل كل ما يعبر به الإنسان عن فكرة أو انفعال أو موقف أو رغبة معينة، فالصورة لغة، والأشكال

(١) كريم زكي حسام الدين ، مرجع سابق، ص٧٢.

المرسومة لغة، والأجسام والحركات الجسمية لغة، والإشارات البصرية والسمعية لغة، والألحان والنغمات لغة، فاللغة الوصفية التي يمكن أن يصطلح على دلالتها وأدواتها وأشكالها يمكن أن تكون رموزاً أو أصواتاً وإشارات أو صوراً وألواناً أو خطوطاً وأشكالاً وألفاظاً ومقاطع صوتية وعبارات، وما إلى ذلك مما يمكن الاتفاق على دلالته على معنى معين [1].

ويهتم علماء اللغة في دراستهم للدلالة باللفظ –باعتباره أحد الرموز الاتصالية– من جانب وما يستدعيه من صور أو أفكار لدى الفرد الذي يستمع إلى هذا اللفظ ، ولذلك أصبحت الصور الذهنية التي تولدها الألفاظ طرفاً في عملية الاتصال أو التعرض إلى مصادر هذه الألفاظ وهي ما يشار إليها بالمعنى الذي يسقطه الفرد على الألفاظ التي يتعرض لها بشكل أو بآخر.

وبالتالي فإن الدلالة اللغوية هي نسبة بين اللفظ والمعنى، وهو ما يطلق عليه عند علماء اللغة العلاقة بين الدال، والمدلول [2].

***

(١) أحمد محمد المعتوق، الحصيلة اللغوية، عالم المعرفة - الكويت المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ١٩٩٦م.

(٢) محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص٣٨٧.

نظرية معالجة المعلومات

تستخدم نظرية معالجة المعلومات Information Processing Theory الآليات الوظيفية لتفسير الطريقة التي يقوم بها الفرد لوضع المعاني الخاصة بالتدفق المعرفي الذي يستقبله في كل يوم.

في هذه النظرية يكون الفرد مدركاً أو واعياً لجزء صغير من المعلومات التي يتعرض لها. وهي تختلف اختلاف الأفراد.

وهذا يفسر الاختلاف أو التباين بين الأفراد في تفسير الرسالة الإعلامية.

وبناء على هذه النظرية يقدم نموذج معالجة المعلومات تفسيراً لكيفية قيام الناس بتفسير الرموز Decode والتعلم من خلال الأخبار التليفزيونية.

فحسب هذا النموذج نحتاج إلى القدرة على الكشف عن البيئة فنتعمق فيها، ونعالج بشكل منتظم معظم المثيرات المفيدة، ونستبعد المثيرات التي ليس لها علاقة، وبناء عليه يجب أن تكون لدينا القدرة على معالجة المثيرات التي تقابلنا ونتمسك بهذه المعالجات في ذاكرتنا لفترة طويلة بشكل يجعلنا نرسم مخططات للاستخدام حسب قدر الفائدة الذي يجعلنا نضع المعلومات في الفئة الصحيحة ومن ثم تخزينها في الذاكرة طويلة المدى Long Term memory التي يتم من خلالها استدعاء المعاني والصور الذهنية للرموز التي يتعرض لها الفرد في البيئة.

وبشكل عام فإن هذه النظرية تشكل دعماً لنظريات المعرفة الإدراكية وتقدم دليلاً نظرياً من خلال فروضها ونتائج البحوث التي طبقتها وأدبياتها، تقدم دليلاً على تباين الأفراد في بناء وتنظيم إدراكهم للواقع والأشياء وتفسيرهم للرموز التي

يتعرضون لها في إطار هذا البناء والتنظيم وتشير إلى أن نجاح الرسالة يظل مرهوناً ببنائها الرمزي بما يتفق مع البناء المعرفي أو الإدراكي أو نموذج معالجة المعلومات الذي يتبناه بشكل مخطط وإدراك واع في تفسير الرموز وتحديد دلالاتها [1].

وأبسط أنواع الرموز في وسائل الإعلام هي الرموز اللغوية والرموز المصورة. والتي تحتاج إلى مهارات عالية لتحقيق تفاعل هذه الرموز مع بعضها.

وبالنسبة للتليفزيون والسينما لا يقف الأمر عند حدود الرموز اللغوية والمصورة فقط، ولكن تضاف إليه الرموز الموسيقية والرموز الطبيعية والرموز الصناعية.

والأمر يتطلب خبرات ومهارات أكبر في تفسير مثل هذه الرموز.

وفي إطار تعدد المعنى أيضاً يفرق بين النص المفتوح Open Text الذي لا يحاول أن يقيد القارئ بمعنى أو تفسير معين.

والنص المغلق Closed Text الذي ينتهي إلى معنى واحد والأمثلة على ذلك نجد أن التقارير الإخبارية تميل إلى أن تكون مغلقة لأنها تقود المتلقي إلى نهاية معلوماتية نمطية بينما المسلسلات والتمثيليات الاجتماعية توضع لتتفق مع متلقين مختلفين. وعادة ما تقود النهاية المفتوحة إلى وجهات نظر بديلة، بينما النصوص المغلقة تميل إلى دعم الآراء السائدة.

***

(١) محمد عبد الحميد، مرجع سابق ص٣٩٠-٣٩٤.

الفصل الثالث

وظائف وسائل الإعلام والاتصال

مقدمة

أولاً-الدور الوظيفي لوسائل الإعلام والاتصال

ثانياً-دور وسائل الإعلام ومسئوليتها تجاه المجتمع

ثالثاً-تفسير وظائف الإعلام نظريا

رابعاً-بعض الجوانب السلبية لوظائف الإعلام

(الوظيفة الثقافية-الوظيفة الإخبارية-الوظيفة الترفيهية)

مقدمة

لوسائل الإعلام والاتصال دور وظيفي تجاه المجتمع وتعددت هذه الوظائف باختلاف الوسائل والرسالة الاتصالية والمجتمع ومع تطور وسائل الإعلام والاتصال وتعدد خصائصها ازدادت الوظائف الإعلامية التي تؤديها للمجتمع.

وتعددت رؤى العلماء في مجال الإعلام والاتصال حول هذه الوظائف ومنها الإعلام والتربية، وتحقيق التماسك الاجتماعي ونقل التراث الاجتماعي، ومراقبة البيئة، والتعبئة.

ثم يتم تناول دور وسائل الإعلام ومسئوليتها تجاه المجتمع من خلال الصحف والمجلات كنموذج إعلامي له دور في المجتمع مثل تدعيم الاتجاهات الوطنية، وتفسير وعرض وتحليل الأحداث، وفي الدعوة للإصلاح السياسي والاجتماعي والتنمية الثقافية.

ويدعم هذا الفصل بجزء نظري يفسر الوظائف الإعلامية تجاه المجتمع حيث يتناول النظرية النقدية في تفسير وظائف الإعلام والاتصال، والنموذج التطوري في تفسير وظائف الإعلام والذي يعتمد على النظرة التطورية للمجتمع بما يتماثل مع الكائنات العضوية، ولمعرفة بعض الجوانب السلبية لوظائف الاتصال والإعلام ثم استعراض هذه الجوانب فيما يتعلق بالوظيفة الثقافية والوظيفة الإخبارية والوظيفة الترفيهية، وذلك من خلال العديد من الدراسات الإعلامية التي توضح هذه الوظائف والجوانب السلبية منها.

أولاً -الدور الوظيفي لوسائل الإعلام والاتصال

توجد وظائف أساسية لوسائل الإعلام الجماهيري التي تؤديها للمجتمع و الفرد و الجماعات الفرعية أو مؤسسات الدولة والنظام الثقافي السائد وتتركز هذه الوظائف في التعريف بالظروف المحيطة (الأخبار) والتوجيه والتفسير ونقل التراث الثقافي، والترفيه .

ففي وظيفة الأخبار علي مستوي المجتمع نجد أن وسائل الإعلام توفر إنذارات سريعة عن التهديدات و الأخطار التي تقع خارج المجتمع و الأخطار الناجمة عن التغيرات التي تطرأ علي الظروف الطبيعية، و سريان المعلومات عن الظروف المحيطة ضروري لتحقيق الاحتياجات اليومية للمؤسسات المختلفة في المجتمع . و بالنسبة للفرد فإن وظيفة الأخبار تمثل مصدراً للمعلومات عن الأحداث . و تضفي مكانة علي الأفراد الذين يحاولون أن يعرفوا الأحداث هؤلاء الأفراد الذين يختارون عادة الأخبار المحلية ويركزون عليها اهتماماتهم يبرزون كقادة رأي في جماعاتهم في حين أن الأفراد الذين يهتمون بالأحداث و التي تقع في المجتمع الأكبر أي في المجالات المتصلة بالشئون القومية والدولية .

ووسائل الإعلام تضفي مكانة و تحسن مركز الأفراد و الجماعات بإضفاء الشرعية عليهم وبهذا تدخل وظيفة اختفاء مكانة في نطاق العمل الاجتماعي المنظم، فحينما تجعل سياسات مختارة أو أفراد أو جماعات معينة تحظي بتأييد وسائل الإعلام فإننا نضفي بذلك شرعية علي هؤلاء الأفراد و الجماعات والسياسات[1].

---

(١) جيهان أحمد مرسي – مرجع سابق ص ٢٠٧-٢٠٩.

و عند تطبيق الوظيفة الإخبارية على التليفزيون كوسيلة إعلام واسعة الانتشار نجد أنها تسعي لتحقيق وظائف إخبارية من أهمها :

- إشباع حاجات الجماهير إلي المعرفة و الإعلام و الأخبار من خلال إمدادهم بالمعلومات المختلفة ويري البعض أن المعلومات مرادفة للأخبار، والحقائق كما تعد شكلا من أشكال المعرفة فالأخبار ما هي إلا مناهج يصوغها القائم بالاتصال (المحرر)، فإذا استخدمت مناهج مختلفة فإن أنماط مختلفة تنجم من ذلك مما يؤدي إلي أن يتعرف الجمهور بصور مختلفة تماما علي ما هو خارج تجربتهم المباشرة من واقع العالم .

ونظراً لاقتران الخبر التليفزيوني غالبا بالصورة فإن أخبار التليفزيون تساعد الجماهير علي التفرقة بين الحقائق و الشائعات . و يدخل ضمن هدف الإعلام والأخبار عضو مهم و هو التفسير، تفسير الأخبار وتحليلها حتى يسهل علي المشاهد فهمها و استيعابها .

- توفير إنذارات سريعة عن التهديدات و الأخبار التي تقع خارج المجتمع و الأخطار الناتجة عن التغيرات التي تطرأ علي الظروف الطبيعية أو الأخطار التي تترتب علي الهجوم المسلح . كما تحقق الإنذارات التي يقدمها التليفزيون تقوية شعور البشر بالمساواة داخل المجتمع الواحد . بما يتيح لكل فرد فرصة متساوية لتلافي الأخطار فنشر الأخبار له طابع إيجابي لأنه يعطي تحذيراً من الخطر المحدق بالمجتمع مما يساعد علي درء الأخطار في الوقت المناسب .

- رفع تطلعات الجماهير من خلال تقويم ثقافات المجتمعات الأخرى بالإضافة إلي ثقافة المجتمع مما جعلها أكثر ثراء أو تنوعا وهذا يؤدي إلى تنمية قدرة المشاهد علي فهم الحالة الذهنية للآخرين .

- مساندة الدولة في جهود التنمية السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية من خلال التركيز علي الأخبار المحلية ومتابعتها و تغطيتها بالصورة الحية .

- التأثير علي اتجاهات الأفراد سواء بتعديلها أو بتدعيمها و يظهر هذا الدور أثناء الانتخابات البرلمانية .

وأيضا خلال تكرار النشرة لعرض أخبار و تحركات الرئاسة و المسئولين بالدولة بعد تدعيمها لاتجاهات الجماهيرية الإيجابية نحو سياسة الحكم .

- في ظل وصول إرسال بعض قنوات التليفزيون العالمية إلى المشاهد مباشرة عبر الأقمار الصناعية يمكن لأخبار التليفزيون أن تحد من أثار السلبية المتوقعة لهذا البث المباشر عن طريق تقديم الأخبار الأكثر أهمية للمشاهد المحلي و التي تلمس بصدق مشاكله و احتياجاته حتى يجد فيها الأمن والطمأنينة و الحماية [1].

وعند النظر إلي الدور الوظيفي للتليفزيون في مجال إعلام الطفل فنجد أن تزويد الأطفال بالأخبار و ما يحدث في العالم يكون لديهم حصيلة معرفية بالغة الأهمية تجعلهم يواكبون عصرهم ولا يختلفون عنة . ويقدم التليفزيون المصري منذ عام ١٩٨٣ نشرة أخبار خاصة للأطفال و لكن لا يقدم للأطفال ما يهمهم من أحداث وما يتطلعون إليه من أخبار، ويترك الطفل المصري و حيدا وسط ما يحدث حوله من تطورات و أحداث داخلية وخارجية، و بدلا من أن تشبع هذه النشرة حاجته وتثقل شخصيته تقدم نماذج غربية من ثقافات لا تتفق مع ثقافته وتتناقض مع ما يراه في مجتمعه .

وقد أبدي الأطفال عدم رضائهم عن هذه النشرة التي تقدم خصيصا لهم وانصرف كثير منهم عنها وطالبوا بأن يقدم فيها أخبار سياسية، وأوضحت العديد

(١) محمود حسن إسماعيل، التنشئة السياسية، دراسة في أخبار التليفزيون، دار النشر للجامعات ١٩٩٧ ص ١٠٤ – ١٠٥.

من الدراسات الميدانية أن طلاب المجتمع المصري ينصرفون عن متابعة الأخبار و البرامج السياسية المقدمة عبر وسائل الإعلام، ومن هذه الدراسات نسرين البغدادي (١٩٨٧) و التي أجريت علي عينة من طلاب المجتمع المصري بالمدارس الثانوية وأثبتت أن هؤلاء الطلاب لا يهتمون بممارسة الأنشطة السياسية ولا بمشاهدة البرامج السياسية المقدمة عبر وسائل الإعلام . وفي دراسة عن دور الاتصالات في التنشئة السياسية الاجتماعية علي عينة من طلاب المدارس الإعدادية بريف مصر جاءت البرامج الإخبارية السياسية في المرتبة الرابعة من بين البرامج التي يفضل الطلاب مشاهدتها، كما توصلت الدراسة إلي أنه كلما زاد معدل استخدام الأطفال لوسائل الإعلام المختلفة ازدادت المعرفة السياسية لدي هؤلاء الأطفال و أن هناك علاقة طردية بين مشاهدة الأطفال للبرامج الإخبارية والسياسية و الاهتمام بالأحداث السياسية .

و في دراسة [1] أجريت بمصر حول التنشئة السياسية للمراهقين (الطفل في المرحلة الإعدادية) وذلك من خلال دراسة الأخبار التليفزيونية تبين ارتفاع نسبة مشاهدة نشرة الأخبار في الريف المصري عنها في الحضر وارتفاع نسبة الذكور في مشاهدة أخبار التليفزيون عن الإناث، و جاءت الأخبار السياسية في مقدمة الأخبار التي يفضل المراهقون مشاهدتها و كان من أسباب الانصراف عن متابعة النشرة الإخبارية طولها و كثرة التعليقات، و المضمون الغالب للأخبار هو المضمون العالمي و بالنظر إلي أفضلية المشاهدة والمضمون الغالب للنشرات يمكن القول إن المشاهد يتأثر من حيث درجة تفضيله المضمون الغالب و بالتالي تأتي المشاهدة للمضمون المحلي المعروض، و تبين من الدراسة أيضا أن أخبار التليفزيون هي في مقدمة الأخبار التي يقبل عليها المراهقون كما أن هناك ارتباطاً دالاً بين مشاهدة نشرة أخبار التليفزيون و التعرف على أخبار وموضوعات سياسية في الراديو

(١) محمود حسن إسماعيل - مرجع سابق ص ٢٣٤ - ٢٤٤.

والجرائد والمجلات، و قد ظهر أن نسبة الذكور أكثر من نسبة الإناث في الإقبال علي معرفة الأخبار من مصادر عديدة .

كما وجد بعض الباحثين الأمريكيين أن الأفراد الذين يشاهدون الأخبار في التليفزيون بصفة مستمرة تكونت لديهم معرفة جيدة بالجانب السياسي و أصبحوا أكثر احتمالاً للمشاركة السياسية ومساندة النظام السياسي .

وقد اتفقت معظم الدراسات التي تناولت دور التليفزيون وأخباره في التنشئة السياسية للأطفال علي أهمية الأثر السياسي لأخبار التليفزيون و الذي يظهر في مسألتين محوريتين هما : تقديم التليفزيون صورة حية للأخبار السياسية ولآخر ما وصلت إليه الأحداث من الموقف السياسي القومي و العالمي، وقيام التليفزيون بالتعليق الإخباري وعرض وجهة نظر أو أكثر تفيد في فهم هذه الأحداث السياسية.

كما أثبتت الدراسات الأمريكية أن الأفراد الذين يشاهدون الأخبار بصفة مستمرة تكونت لديهم معرفة جيدة بالجانب السياسي وأصبحوا أكثر احتمالا للمشاركة السياسية و مساندة النظام السياسي أكثر من الأفراد الذين لا يشاهدون الأخبار[1] .

***

(١) محمود حسن إسماعيل – مرجع سابق ١٢-١٥.

رؤى العلماء لوظائف وسائل الإعلام

اختلف علماء الاجتماع والإعلام والسياسة في تحديد وظائف وسائل الإعلام والاتصال. فقد حدد لازرسفيلد وميرتون الوظائف التي تقدمها وسائل الإعلام للمجتمع فيما يلي:

١- تبادل الآراء Status conferral:

حيث تقوم وسائل الاتصال بإعطاء الفرصة لمستخدميها لتبادل الآراء حول موضوعات أو قضايا أو أحوال المجتمع.

٢- تدعيم المعايير الاجتماعية Enforcement of Social norms

تؤكد وسائل الإعلام على المعايير الاجتماعية حينما تعرض السلوك ووسائل معاقبته في المجتمع وأساليب التعرض له، وكيفية التمسك بالقيم والتقاليد المجتمعية.

٣- التخدير Narcotizing Dysfunction:

يمثل التخدير نوعا من الخلل الوظيفي في المجتمع وهو ما تقوم به وسائل الاتصال في أوقات الأزمات وذلك بعد أن تقوم وسائل الاتصال بغمرالساحة بالمعلومات الصحيحة وغير الصحيحة، وحينها لا يستطيع الجمهور التفرقة بين الطيب والخبيث والغث والثمين وتضعف قدرة الناس على المشاركة أو اتخاذ قرارات ترتبط بمصيرهم أو في المشاركة السياسية الواعية.

وحدد هارولد لازويل ثلاث وظائف لوسائل الإعلام وهي:

- مراقبة البيئة Surveillance of Environment

وهي عملية تجميع للمعلومات والأخبار وتوزيعها على المجتمع من أجل

التكيف مع البيئة.

- الترابط لاستجابة المجتمع للبيئة.

Correlation of the Response of the Society to the environment

حيث توجد وسائل الإعلام الترابط بين أجزاء المجتمع حول القضايا الأساسية، وفي المجتمع الديمقراطي يتم تسليط الضوء حول القضايا التي تهم المجتمع.

- نقل التراث الاجتماعي Transmission of the Social inheritance ، حيث تقوم وسائل الإعلام بدور أساسي بجانب مجتمع الأسرة في نقل التراث الاجتماعي، وقد أصبحت هذه الوظيفة أساسية بعد زيادة حجم المجتمعات وصعوبة التواصل الشخصي والترابط العائلي في المجتمعات الصناعية [1] .

ويذهب «ماكويل» إلى أن الوظائف الأساسية لوسائل الإعلام في المجتمع تنحصر في:

- الإعلام: ويعني نشر المعلومات الخاصة بالوقائع والأحداث التي تقع داخل المجتمع وخارجه، وتحديد اتجاهات القوى الفاعلة والعلاقات بينها، وتسهيل عملية التحديث والتقويم من خلال التعرف على المستحدثات في التجارب الأخرى.

- تحقيق التماسك الاجتماعي: وذلك من خلال الشرح والتفسير والتعليق على الأفكار والأحداث والمعلومات، ثم تدعيم الضبط الاجتماعي والمعايير الخاصة به، كذلك التنشئة الاجتماعية ودعم الإجماع حول القضايا والمواقف.

(1) Lasswell , H.D. "the structure and function of communication in society" in w. Schramm,&D.Roperts (eds) the press and Effects of Mass communication Urbana University of I illino is press1971,p.84:90.

- تحقيق التواصل الاجتماعي: وذلك من خلال التعبير عن الثقافة السائدة، والكشف عن الثقافات الغربية، والثقافات النامية، ودعم القيم الشائعة.

- الترفيه: ويتمثل في تقديم التسلية، وتهيئة الراحة والاسترخاء، والقضاء على التوتر الاجتماعي.

- التعبئة: وتتمثل في المساهمة في الحملات الاجتماعية، وبصفة خاصة في الأزمات السياسية والاقتصادية والحروب (١)

ويذكر بعض الباحثين في الإعلام مجموعة أخرى من الوظائف لوسائل الإعلام ربما تكون أكثر ارتباطا بالفرد من المجتمع حث تحقق له مزايا شخصية وفردية تمكنه من التعامل مع المجتمع وتحقيق التوازن الذاتي وتطوير الذات وتتمثل هذه الوظائف في:

- مراقبة البيئة أو التماس المعلومات (٢).

Surveillance or Information Seeking.

- تطوير مفاهيمنا عن الذات.

Developing a concept of self as profession of tools.

- تيسير التفاعل الاجتماعي Facilitating social interaction.

- كبديل للتفاعل الاجتماعي.

Substituting for social interaction.

(١) محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط١ القاهرة : عالم الكتب١٩٩٧م ص٥٢-٥٣.

(2) Becker,s,l, Discovering Mass communication 2and Ed. Scott, for esman & company. 1987,pp 443-449)

- المساعدة في التحرر العاطفي Aiding Emotion of Release.
- المساعدة في الهروب من التوتر والاغتراب.

Aiding escape from tensions and alienation.

- إيجاد طقوس يومية تمنحنا الإحساس بالنظام والأمن.

Ritualizing daily living to give us a sense of order & security.

وتتم عملية مراقبة البيئة والحصول على المعلومات من خلال تعرض الأفراد وبشكل مقصود أو غير مقصود لوسائل الإعلام، فمن خلالها ينمي الفرد حصيلة معلوماته عن الأحداث الراهنة والمستجدات في البيئة المحلية والعالمية مما يساعده على تكوين رأي حول كثير من الأمور والمشاركة الفعالة عند السماح بذلك داخل النظام السياسي للدولة، وعندما تؤدي وسائل الإعلام دورها في تطوير الذات فإن ذلك يتأتى للفرد بعد ما يشاهد أو يقرأ أو يستمع عن حالات تتشابه مع حالة الفرد وتستخدم طرق جديدة أو غير تقليدية في معالجة المشكلات أو في المعاملات الاجتماعية، مما يجعل الفرد يغير كثيرا من طرق تفكيره عن ذاته ويساعده على التخلص من كثير من الأزمات. ووسائل الإعلام تساعد في تيسير التفاعل الاجتماعي وتدعيمه من خلال إيجاد مجالات للحوار والنقاش وأساليب لحل المشكلات، وطرق عديدة للتعامل وأساليب حياتية جديدة أو أصيلة ربما تدعم أو تطور من العلاقات الاجتماعية، وعندما يتعرض كثير من الأفراد إلى الوحدة أو العزلة الاجتماعية لكبر السن أو لمرض أو لإقامة منزلية فإن وسائل الإعلام تقوم بدور البديل للعلاقات الاجتماعية. ويظهر ذلك من خلال إقامة علاقات مع الصحفيين أو الإعلاميين ، أو في حالة التوحد مع الشخصيات الدرامية، وتحقق وسائل الإعلام الاستثارة والمتعة سواء في المضمون المستخدم أو من خلال استخدام الوسيلة نفسها وهو ما يساعد الأفراد على قضاء أوقاتهم والتخلص من

العزلة والملل، من خلال العديد من المنتجات الإعلامية التي تساعد الأفراد على الهروب من المشكلات والضغوط الحياتية اليومية وتقليل التوترات النفسية سواء في الأشكال الدرامية أو الغنائية أو من خلال البرامج الترفيهية والرياضية وأوجدت وسائل الإعلام للعديد من مستخدميها بنظام أو الدائمين على استخدامها نوعاً من الإحساس بالنظام والأمن، وذلك حينما يرتبط المشاهد مثلاً بتمثيلية معينة أو نشرة معينة أو برنامج رياضي صباحي قبل العمل، أو السهرة قبل النوم أو التمثيلية أثناء الغذاء وهي تبدو في كثير من الأحوال كطقوس يومية أو عادة للمستخدمين.

***

ثانياً ـ دور وسائل الإعلام ومسئوليتها تجاه المجتمع

(الصحف و المجلات)

ـ الصحافة:

تستخدم كلمة الصحافة Press بدرجات مختلفة من الشمول، فهي تعني أحياناً الجرائد الإخبارية News papers ، كما تعني أحيانا جميع المطبوعات والدوريات Periodicals التي تنشر الكلمة المطبوعة وقد تعني أحياناً أخرى الإعلام الجماهيري.

وتعتبر الصحافة السلطة الرابعة في الدولة إلى جانب السلطات التنفيذية والتشريعية والقضائية.

وقد أسهمت الصحافة العربية وخلال القرنين الماضيين في صياغة الفكر العربي، وفي الدفاع عن قضايا الحرية الوطنية والوحدة العربية ومقاومة الاستعمار بأشكاله وألوانه المختلفة، وكذلك قضايا البناء الاجتماعي والاقتصادي والفكري.

واستطاعت الصحف الموالية للحكام والاستعمار (وهي ما أطلق عليها الصحف المحايدة أو المعتدلة أو المستقلة) أن تنمو وتستمر بينما قاست الصحف الوطنية من الإيقاف والمصادرة والإلغاء وغير ذلك من ألوان الاضطهاد .. واستطاعت الصحافة العربية الوطنية أن تكشف الاستعمار وأساليبه في التعليم وفي التفرقة وفي النزعات الإقليمية وفي محاربة اللغة العربية ... واستطاعت الصحافة أن تتطور إلى الطباعة الحديثة ومن صحافة الرأي إلى صحافة الخبر والصورة. وتنوعت المقالات من الصفحات المطولة إلى الأعمدة ومن الزخرف اللغوي إلى الأسلوب

الصحفي الاجتماعي [1].

وتقوم الصحافة بدور أساسي في المجتمع عندما تقدم له الأخبار اليومية عن الحدث المحلي والقومي والعالمي وهي تعتمد في ذلك على الوكالات الدولية والمحلية والصحفيين والمحللين والكتاب، وبقدر تحقيقها للتوازن ومراعاتها احتياجات الجمهور، والاهتمام بآلية الخبر وحداثته وأبعاده المهمة للجمهور بقدر قيامها بمسئولياتها الاجتماعية، وتعتبر الصحافة ساحة ثقافية لتبادل النقد البناء ونشر أفكار وآراء الناس وعليها مسئولية خاصة في نشر الأفكار الموضوعية وغير المتحيزة بقدر الإمكان للحفاظ على المجتمع بجميع طبقاته وفئاته، كما تقوم الصحافة بدور في الترويج والتسلية من خلال العديد من الأبواب والصفحات المخصصة لذلك والتي تقدم لفئات جماهيرية معينة تناسب مراحلها السنية، أو من خلال صحف متخصصة لذلك وأحيانا تكون موزعة في الصفحات وذلك حسب سياسية الصحيفة ، وتستطيع الصحافة أن تقوم بدورها في نشر القيم الفاضلة والالتزام الأخلاقي في العمل الصحفي ويساعدها في ذلك سياسية الدولة التابعة لها، والجمهور ووعيه وثقافته وقدرته على التأثير على الوسيلة والتفاعل معها والاستفادة منها.

فمواثيق العمل الصحفي وحدها لا تكفي للقيام بهذا الدور.

وتفسر الصحافة كثيراً من الحقائق وتقدمها بصورة موضوعية في نفس الوقت إذا استعانت بمتخصصين وأدباء وكتاب أصحاب فكر مستنير ولديهم القدرة على ربط الخبر بالواقع وأبعاده .

---

(١) أحمد بدر – الاتصال بالجماهير بين الإعلام والتطويع والتنمية ، دار قباء للطباعة القاهرة ١٩٩٨م ص٣٨.

- المجلات

تتابع المجلة الأحداث بدرجة أسرع من الكتاب ولكن الراديو والتليفزيون والصحيفة أسرع في الإعلام عن الأخبار والأحداث من المجلة، وتعتبر المجلة بالنسبة للجمهور ساحة للمناقشة بما تنشره من الخطابات التي تصلها منه . كما أن المساحة المتاحة لها تمكنها من معالجة الموضوعات التي تغطيها بتفصيل أفضل من وسائل الإعلام الأخرى.

وقد حدثت تغييرات في محتوى المجلة ذاتها . إذ أصبحت أداة إخبارية أصيلة كالجريدة الإخبارية وتقوم بالحملات والتحقيقات الصحفية فضلا عما تقدمه من الصور والقصص والروايات .

أما الجريدة الإخبارية فقد أخذت تقلد المجلات من حيث الصور والقصص والكلمات المتقاطعة والرسوم الهزلية وغيرها من وسائل التسلية.

ويمكن أن نوجز بعض الوظائف التي تقدمها المجلة للمجتمع كما يلي:

- تشارك المجلة في الدعوة للإصلاحات السياسية والاجتماعية في المجتمع.
- لا تقوم بتفسير الأحداث والمسائل العامة فقط ولكنها تضع هذه الأحداث في أبعادها الوظيفية كذلك إذ أنها تعكس الطابع القومي – وربما كانت المجلات مكملة لا منافسة لوسائل الإعلام الأخرى في هذا المجال.
- تساعد على تدعيم الاتجاهات الوطنية من أجل تكوين المجتمع الوطني المتجانس كما تعمل على تدعيم الروابط الثقافية بين القراء.
- المجلة معلم للجمهور في ميراثه الثقافي والحضاري .. فهي تصل بتحقيقاتها وأخبارها الجيل الحاضر بالجيل الذي سبقه ... والمجلة تحيط قراءها بإنجازات الشعوب الأخرى وصفاتهم وقصصهم وأنماط حياتهم.

كما أنها تحث القارئ على أن يكتشف مصادر أخرى من مصادر الإعلام.

وإحدى ميزات المجلة الكبيرة هي تقديمها لألوان مختلفة من التسلية والمعلومات والأفكار [1].

***

(١) أحمد بدر - مرجع سابق - ص ٤٥-٤٦.

ثالثاً - تفسير وظائف الإعلام والاتصال

١ - النظرية النقدية

تنتمي النظريات النقدية للفكر الماركسي وهي تمثل مدخل يطلق عليه المدخل الثقافي.

وتقسم النظرية النقدية إلى اتجاهين الأول تابع لمدرسة فرانكفورت الألمانية، والثاني يتناول النظرية الثقافية النقدية في إنجلترا.

والاتجاه الأول يرى أصحابه أن ما تقدمه وسائل الإعلام عبارة عن أعمال وضيعة أو تشويه للأعمال الراقية هدفها إلهاء الناس عن البحث عن الحقيقة، فمن خلال التجارة العالمية والثقافة الجماهيرية ينجح الاحتكار الرأسمالي في تحقيق أهدافه، وحيث تكون السلعة هي الأساس فإن الثقافة يمكن تسويقها أيضاً لتحقيق الربح، وتعمل من خلال مفهوم صناعة الثقافة على ترسيخ الأفكار الخاصة بسيطرة الطبقة المالكة أو المهيمنة على المجتمع بمفهومه الرأسمالي [1] .

أما النظرية الثقافية النقدية فتركز على الهيمنة عندما تتحدث عن الدور الثقافي لوسائل الإعلام، ولكنها لا ترى أن هناك عقبة مكافئة بين الثروة والتفكير السياسي.

وتتميز النظريات النقدية ببعض السمات منها:

- تأكيد حق الفرد في الحرية والاختيار ورفض الصور المختلفة بفرض أنواع معينة من الثقافات أو الأفكار من البنية القومية ، وبالتالي رفض كل أنواع الهيمنة التي تمارسها الصفوة على أفراد المجتمع.

(١) المرجع السابق ص١١٩-١٢٠.

- أن السياق الاجتماعي بمعناه الأشمل هو المجال الذي يوضح صيغة العلاقات بين وسائل الإعلام والقوى المسيطرة على الإعلام في المجتمع، وبالتالي فإنها ترفض الدراسات الجزئية التي تهتم بجمهور وسائل الإعلام واتجاهاته وسلوكه الاتصالي، أو تحليل محتوى الإعلام دون إطار نظري كاف يربط أنماط السلوك الاتصالي والمحتوى بالسياق الاجتماعي الأكبر (١).

(١) المرجع السابق ص ١٢٣.

٢ ـ النموذج التطوري في تفسير وظائف الإعلام

يعتمد النموذج التطوري Evolutionary Paradigm على ما يسمى بالقياس العضوي. والفكرة هنا هي أن المجتمع يشبه الكائنات العضوية من حيث التنظيم وأيضاً من حيث التطور، ولا يعني هذا أن علماء التطور الكلاسيكيين أو المعاصرين يؤكدون أن المجتمع كائن عضوي بيولوجي فالفكرة أن المجتمع يشبه فعلا الكائنات العضوية من حيث البناء أو الهيكل، وكذلك عمليات التغيير التي تقع له.

وقد تشكلت معظم أفكار نموذج التطور قبل أن يطرح داروين فرضه الشهير حول أصل الأنواع، وعلى الرغم من ذلك، ونظراً للتشابه الكبير بين هاتين الفئتين من الأفكار أصبح يطلق عليها في الغالب اسم «الدارونية الاجتماعية Social Darwinism» [1].

إن آليات التغير الاجتماعي التي تظهر دائما في النماذج التطورية تعد نوعا من الانتماء الطبيعي مثل: البقاء للأصلح، ووراثة الصفات المكتسبة، وكما هو واضح تماما فإن المجتمعات الحديثة تقوم باستمرار بدمج أشكال اجتماعية جديدة تتراوح ما بين الممارسات العائلية وحتى الأنواع الجديدة من التنظيمات التجارية والاقتصادية مثل: الشركات متعددة الجنسيات.

ويتضمن النموذج التطوري الافتراضات التالية:

١ - النظر إلى المجتمع باعتباره مجموعة من الأجزاء المترابطة، وأنه تنظيم يضم الأنشطة المرتبطة المتكررة والنموذجية.

---

(١) جمال محمد أبو شنب، نظريات الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية ص٣٥.

٢- يتعرض المجتمع باستمرار للتغيير حيث تصبح أشكاله الاجتماعية مختلفة ومتميزة بصورة مطردة.

٣- يتم نقل الأشكال الاجتماعية الجديدة من مجتمعات أخرى عن طريق الأفراد الذين يبحثون عن وسائل أكثر فعالية لتحقيق الأهداف التي يعتبرونها مهمة.

٤- تحظى الأشكال الاجتماعية الجديدة التي تساعد الناس على تحقيق أهدافهم ولا تتعارض مع القيم الموجودة، وتصبح أجزاء ثابتة من المجتمع المتطور وعلى العكس من ذلك يتم نبذ الأشكال الأقل فعالية والتخلي عنها.

ويتضح أهمية هذه الافتراضات عندما يبحث المنهج في تاريخ وسائل الإعلام، فخلال هذا التاريخ أدرك الكثير من البشر الحاجة إلى أنظمة اتصال أسرع يكون بوسعها الوصول إلى أكبر عدد من المستقبلين أو المتلقين. وهذا يعني أن النمو الإعلامي قد مثل باستمرار عملية تطورية سواء كان ذلك من ناحية التكنولوجيا العملية الآلية أم من ناحية الأشكال الاجتماعية الضرورية لتحقيق استفادة مجتمعية ملموسة من هذه التكنولوجيا في اتجاه تحقيق الأهداف المهمة والاستراتيجية المرتبطة بميكانزمات اتخاذ القرار على المستوى القومي [1].

(١) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، مكتبة عين شمس، ص١١٤-١١٦.

رابعاً - بعض الجوانب السلبية لوظائف وسائل الإعلام

١ - الوظيفة الثقافية

إن المسئولية الملقاة على عاتق وسائل الإعلام الجماهيرية مسئولية هائلة ذلك لأنها لا تقوم بدور توصيل ونشر الثقافة فحسب، بل تؤثر بشكل أساسي في انتقاء محتواها أو ابتداعه.

وإذا كانت الثقافة لا تتطور بانغلاقها على نفسها داخل حدودها المحلية وإنما تتطور بالتبادل الحر مع الثقافات الأخرى فإن التبادل الحر لابد أن يتم بصورة تؤكد المساواة والاحترام المتبادل.

ولما كانت الخريطة العالمية الراهنة للإعلام تشير إلى اتساع الفجوة بين الدول الصناعية المتقدمة في الشمال واحتكارها لوسائل الاتصال الحديثة وبين غالبية الدول النامية في الجنوب .

فلا شك أن هذه الصورة غير العادلة لها نتائجها السلبية على الثقافة والأوضاع الثقافية . في كل من دول المركز والهوامش.

وإذا تتبعنا آثار هذا التفاوت واختلال التوازن الإعلامي على المجالات الثقافية، لوجدنا أن دول العالم الثالث تستورد نسبة عالية من برامجها الثقافية والترفيهية من الدول الغربية.

والقانون الأساسي الذي يحكم عملية التبادل الثقافي غير المتكافئ هو القانون التجاري الذي يعامل الثقافة كسلعة .

وتقوم الشركات المتعددة الجنسية بالدور الرئيسي في نقل المنتجات الثقافية والكتب والأفلام والمواد التعليمية، وتحرص من خلال ذلك على فرض الأذواق

الاجتماعية الثقافية الأجنبية على شعوب العالم مستهدفة خلق نمط ثقافي عالمي واحد من حيث الذوق والأسلوب والمضمون . ومع ذلك فإن الشركات المتعددة الجنسية لا يمكن أن تتحمل المسئولية بمفردها في مجال الغزو الثقافي ، إذ أنه ليس بوسعها أن تمارس نفوذها ما لم تكن الصفوة السياسية والثقافية في الدول النامية على استعداد لمعاونتها واقتسام الفوائد معها.

على أن تدفق الثقافات الأجنبية داخل دول العالم الثالث لا يؤدي فحسب إلى إعاقة نمو الثقافة الوطنية بسبب انتشار الأنماط الدولية الموحدة للثقافة بل كثيرا ما يضع المثقفين والمبدعين الوطنيين في منافسة غير عادلة مع المنتجات الثقافة الأخرى.

وهناك قضية رئيسية في مجال الاتصال وهي اختيار اللغات واستخدامها. إذا لم تستخدم وسائل الإعلام اللغات القومية الرئيسية في العالم الثالث فلا يمكن قيام نظم اتصال فعالة على المستوى القومي.

وهناك بعض المخاوف من أن يؤدي حرص شعوب [1] العالم الثالث على حماية ثقافتها القومية إلى الانغلاق الثقافي، ولكن من المؤكد هنا أن المجتمع لا يستطيع أن ينعزل ثقافياً فقط وينتج في باقي المجالات ولكن الثقافة هي جزء من المجتمع وقد صنعها أفراده بكل ما يحملون من قيم وعادات وتقاليد ودين وتاريخ، وبالتالي فهي تتطور بتطور المجتمع وتخدم في النهاية التراث الحضاري له.

اعتمد التطور الضخم أو الشامل لوسائل الإعلام كأدوات لنقل المعلومات والترفيه في المجتمعات الغربية على تقدم تلك المجتمعات التكنولوجية، وعلى ثرواتها الضخمة، وعلى ازدياد وقت الفراغ الاجتماعي . هذا التقدم والثراء وازدياد وقت الفراغ جعل حاجة الناس في تلك المجتمعات إلى المعلومات والثقافة والتربية تتزايد مما حتم ظهور وسائل إعلام حديثة وزاد من أهمية تلك الوسائل ولكن

(١) عواطف عبد الرحمن، قضايا التبعية الإعلامية والثقافية، دار الفكر العربي، ١٩٨٣م، ص٧٣-٧٦.

انتشار وسائل إعلام بين مختلف الطبقات الشعبية في القرن التاسع عشر بسبب التطورات الاقتصادية التي أحدثتها الثورة الصناعية وانتشار المؤسسات الديمقراطية والتعليم الشعبي كان سبباً في ظهور مشكلة اجتماعية جديدة عرفت في القرن العشرين بظاهرة الثقافة الجماهيرية، أي المضمون الثقافي الهابط الذي نشرته وسائل الإعلام الواسعة الانتشار في النصف الثاني من القرن التاسع عشر والقرن العشرين.

وتبدو المشكلة هنا في المضمون الرديء أي المضمون الجماهيري الذي يتغلب على المضمون الجيد ويقضي عليه. فحينما يتنافس الفن الجيد مع الفن الجماهيري فإن الفن الجماهيري يخرج دائما منتصرا. ومما يساعد على نشر الثقافة الجماهيرية هي أنها تبدو بسيطة حيث إنها تأخذ الفن الراقي وتبسطه وتشرحه وتقدمه في قالب مفهوم إلى الجماهير.

ونتج عن الثقافة الجماهيرية تحطيم الحواجز التي تفصل بين الطبقات الاجتماعية، كما خلطت عملية تآلف خطوط العمر فأصبح الكبار يتعرضون للمضمون الموجه للصغار وأصبح الأطفال يتعرضون لوسائل الإعلام والمضمون الموجه للكبار [١].

ووظيفة الإذاعة والتليفزيون في الثقافة الجماهيرية وظيفة مهمة جداً. ولقد أجمع الباحثون في الغرب أو كادوا على أن وسائل الاتصال الجماهيري وخاصة الإذاعة والتليفزيون تنزع إلى التصنيع على صعيد الإنتاج وإلى التبسيط على صعيد الجمهور ويظهر ذلك في حرصها على الظفر بجمهور متوسط الثقافة إن لم يكن رديئاً. لذا نلاحظ اختلاط الأنواع وتداخل المستويات (ثقافة العنف) والمستوى الرفيع والمستوى المتوسط وعن ذلك ينشأ ما أطلق عليه الباحث الفرنسي أبراهام مولس

(١) جيهان أحمد رشتي – مرجع سابق ص ٤١٥ – ٤١٩.

Abraham Moles «ثقافة فسيفساء» وهي «تدفق مستمر لرسائل من كل نوع وكل مناسبة مقتطفات من معلومات متنافرة، مآلها النسيان»(١).

وإذا أردنا الحديث عن الدور الثقافي للتليفزيون فإن الحديث سوف ينصب إذن على دوره في محو الأمية والبرامج التعليمية والتعليم الوظيفي ، وذلك لأن التليفزيون سيظل دائما وسيلة من وسائل الترفيه. لذلك يجب أن تكون. التسلية هي المدخل الأساسي لما نريده من التليفزيون ولكن قد يكون ذلك صعب التحقيق بالنسبة للبرامج الثقافية والتعليمية إلا أن هذا لا يجب أن يجعلنا نقف عاجزين، فمن خلال برامج التسلية، يمكننا أن نقدم الثقافة أيضاً(٢) .

***

---

(١) المنصف الشنوفي – ياسين الياسين ، دور الإعلام في التنمية – دراسات إعلامية – منشورات ذات السلاسل – الكويت ١٩٩٥م ص٣٨٩.

(٢) انشراح الشال – مرجع سابق، ص١٧٠.

بعض الجوانب السلبية

٢ ـ الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام

يجمع علماء الاجتماع والإعلام في الغرب على أن الوظيفة الإخبارية للإعلام الجماهيري تعد مسألة بديهية غير خاضعة للنقاش وهي تحتل موقعا مركزيا في النشاط الإعلام لأي مجتمع حر ديمقراطي.

والوظيفة الإخبارية تشكل قاعدة أساسية لا غنى عنها تؤهل الإعلام الجماهيري لتأدية وظائفه الأخرى. انطلاقا من المعلومات التي يتيح تعميمها ويضمن تجوالا في المجتمع، ويرتكز إلى معطياتها ليمارس عمليات التأثير والإقناع.

وبالنسبة للإعلام العربي فيلاحظ أ ن الإعلام العربي يشكو ضمورا واضحا في وظيفته الإخبارية، أي في وظيفة البحث عن المعلومات ومعالجتها وتعميمها حيث يعمل هذا الإعلام على تقنين كمية المعلومات التي يمررها عبر القنوات الإعلامية إلى أقصى حد ممكن، فلا يبقى للتابع (الإعلام) سوى حرية اللجوء إلى طائفة من الإنشائيات والأكلشيهات والمقولبات والأشكال الشعارية الثابتة والصالحة في كل زمان ومكان وظرف ليتمكن من سد الفجوات المعلوماتية.

إن الانحباس المعلوماتي في الإعلام العربي يكرس أشكالا من الامتثالية المبنية على عدم معرفة وليس على إرادة واعية وقبول مدرك، مما يجعل هذه الامتثالية عاملا رئيسياً من عوامل تعطيل قابلية التطور في صفوف العامة وتجميد دور الخاصة المتنورة. والأهم من ذلك ، هو أن هذا الحجر المعلوماتي المنظم يهدف إلى جعل الخيارات المتعلقة بالمصير الجماعي أقل وضوحا وجعل الوصول إلى هذه الخيارات أكثر غموضا وأقل فاعلية.

ولا شك أن هذا الضمور المعلوماتي يتفاوت في شدته وموضوعاته ومظاهرة من إعلام عربي إلى آخر ومن وسيلة إعلامية إلى أخرى ومن فترة زمنية إلى أخرى، تبعا لظروف المتحول (السلطة السياسية) ومتطلباته وتقلباته وسلوكه وأساليبه، غير أن الحاصل في الوظيفة الإخبارية يعد سمة عامة أساسية من سمات الإعلام الجماهيري العربي. وهكذا فإن الخلل في الوظيفة الإخبارية الذي أحدثه المتحول ليكرس الإعلام الأمني، أصبح يؤدي بصورة متزايدة، إلى تعريض الأمن الإعلامي العربي للخطر.

ويلاحظ أن السلطة تترك في بعض الدول العربية لصحف يومية رسمية وخاصة ومجلات ثقافية واجتماعية، هامش حرية زئبقي، تخضعه لإرادتها باتجاه التوسيع أو التقليص الظرفي، فقط فيما يتعلق بمعالجة موضوعات خدمية واقتصادية واجتماعية محدودة، وهناك دول عربية أخرى تسمح لصحافتها المطبوعة الخاصة أو العامة بخصوص شئون سياسية واقتصادية وثقافية ثانوية وجزئية لا تقترب مطلقا، تصريحا أو تلميحا من المرتكزات الأساسية للنظام وسياساته الداخلية والخارجية[(١)].

كما تمثل ظاهرة اختلال التوازن في التدفق الإعلامي أحد أهم الجوانب السلبية للوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام وأهم عناصره هو التدفق الإعلامي الصادر عن مصادر إعلام أمنية وكالات الأنباء العربية والإذاعات والتليفزيونات العربية كلها مشتركة في الوكالات العالمية الخمس، وتستقي منها أكثر من ثلثي إعلامها (U.P.I و A.P الأمريكيتين) ورويتر Router البريطانية ووكالة فرنسا للأنباء A.F.P

(١) فريال مهنا – علوم الاتصال و المجتمعات الرقمية – دار الفكر المعاصر دمشق ٢٠٠٢م ص٤١-٤٥.

وبدرجة أقل وكالة تاس Tass الروسية) والتدفق رأسي في أغلب الأحيان. إن اختلال التوازن في توزيع الأخبار ظاهرة معقدة ومتشعبة، فقد يكون في الحكم وقد يكون في الكيف . وقد يحدث على مستويات مختلفة [1] .

***

(١) المنصف الشنوفي – ياسين الياسين – مرجع سابق.ص ٣٩٠

بعض الجوانب السلبية

٣ ـ الوظيفة الترفيهية لوسائل الإعلام

إن الإسراف في المشاهدة الترفيهية للوسائل المرئية يؤدي إلى نتائج سلبية يصفها البعض بالإدمان وضياع الوقت والتقمص لشخصيات تقوم بأدوار سلبية أو سلوكيات سيئة تؤدي في بعض الأحيان إلى الوفاة أو الطلاق أو نشر العنف والفاحشة . ذلك أن وسائل الإعلام المرئية تتطلب من المشاهد أن لا يقوم بأعمال أثناء المشاهدة وهو ما لا تتصف به الوسائل السمعية والتي تسمح للمستمع بأداء أعمال والاستفادة من وقته في أعمال عضلية أو عقلية أخرى كالاستماع للموسيقى أثناء مذاكرة المواد الرياضية، أو الاستماع للقرآن الكريم أثناء أداء الأعمال المنزلية أو القيادة. لذلك فإن عملية قضاء الوقت في الوسائل الإعلامية المرئية غالباً ما تؤدي إلى ضياعه وعدم الاستفادة منه وربما إلى إلحاق الضرر وهو ما يسببه المضمون المعروض أو سوء الاستخدام وكثافته أو ما تدعمه البيئة الاجتماعية للمشاهد. كما تؤدي المشاهدة الكثيفة للأعمال المرئية إلى تعطيل القدرات العقلية والمعرفية وتجمد الطاقات الإبداعية وتضيع على الطفل الفرصة في الحضور والتخيل وتفقده قدرته على التفكير والتمرين الذهني، وللقالب الفني للعمل الترفيهي دور أيضاً وذلك بما يحمل من مضمون غربي أو إباحي أو ناشر للفاحشة وبما يتميز به فمن إثارة سمعية وبصرية وبما يؤثر به على النفس والأعصاب والبدن . وربما تبدو سلبيات الوظيفة الترفيهية في أعمال الفيديو كليب والأفلام الأجنبية المترجمة والمدبلجة وأفلام الرسوم المتحركة المستوردة وبعض الأعمال الدرامية .

وفي دراسة تعرضت لأثر الحملات الإعلامية في إحداث تغيرات في مجال رعاية

الأمومة [1] حاولت الباحثة فيها الإجابة على تساؤلات خاصة بالبناء الاجتماعي للقرية والحملات الإعلامية التي يقدمها التليفزيون وأثرها في تغير الاتجاهات نحو تنظيم الأسرة والتطعيم . وذلك في إحدى قرى مصر، تبين من الدراسة أن انتشار استخدام أجهزة التليفزيون يمثل انعكاسا وتوافقا لطبيعة البناء الاجتماعي لمجتمع القرية والتغيرات التي حدثت به حيث انعكس تحسن أحوال عمال القرية المادية على ارتفاع نسبة ممتلكي الأجهزة الكهربائية ومنها التليفزيون، وساعد إنارة القرية بالكهرباء واتساع الفترة المسائية ومن ثم الاحتياج إلى ما يملأ فراغها بالتسلية وكان ذلك من خلال استخدام التليفزيون وقد دفعت قلة وسائل الترفيه في القرية إلى زيادة الإقبال على التليفزيون لما يقدمه من برامج ترفيهية.

وقد أظهرت الدراسة أن هناك إجماعا على ضرورة مشاهدة التليفزيون يومياً في وقت يتراوح من ٥-٧ ساعات واختلف زمن المشاهدة ووقتها تبعا لعدة عوامل منها نمط الأسرة (نووية - ممتدة) حيث تبين أن الأسرة النووية يمكنها مشاهدة برامج التليفزيون في جميع الأوقات حيث تكون أعمال المنزل بسيطة لقلة عدد أفراد الأسرة.

وبالنسبة للمهنة تعد مشاهدة البرامج الصباحية من الأمور الصعبة بالنسبة للسيدة التي تعمل في الحقل أو التجارة وعلى العكس ما يتاح للسيدة التي لا تعمل خارج المنزل حيث تتيح لها الأعمال المنزلية الفرصة لمشاهدة البرامج الصباحية، إلا أن البرامج المسائية تتاح لجميع أفراد الأسرة لما لها من مذاق خاص.

---

(١) منى إبراهيم حامد الفرنواني، بعض ملامح التغير الاجتماعي والثقافي في الريف المصري كما تعكسه عادات دورة الحياة - دراسة متعمقة لقرية مصرية - دراسة غير منشورة للحصول على درجة الدكتوراه - كلية البنات - جامعة عين شمس ١٩٨٩م.

الفصل الرابع

تأثيرات وسائل الإعلام

مقدمة

أولاً - بعض نظريات تأثير وسائل الإعلام:

١ - المجتمع الجماهيري ونظرية القذيفة السحرية.

٢ - نظرية التأثير الانتقائي.

٣ - نظريات التأثير غير المباشر.

٤ - نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

ثانياً — دراسات حول تأثير وسائل الإعلام والاتصال:

١ - التليفزيون.

٢ - الدش.

٣ - الإنترنت — الحاسبات كوسيلة اتصال.

٤ - تأثير وسيلة على أخرى.

٥ - تأثير وسائل الإعلام على الثقافة اللغوية ولغة الحديث.

مقدمة

تعتبر دراسة تأثير وسائل الإعلام من أهم أركان عملية الاتصال ولعلها أكثرها صعوبة في الدراسة، وذلك لأنه قد يتعذر في أحيان كثيرة ملاحظة التأثير بشكل مباشر كما تزداد الصعوبة من غير شك إذا حاولنا التعرف على تأثير إحدى وسائل الإعلام كالصحافة بالمقارنة بتأثير التليفزيون مثلا، ذلك لأن هناك صعوبة كبيرة بل واستحالة أحيانا – في عزل إحدى الوسائل الإعلامية وفصلها عن غيرها من المؤثرات الأخرى، ثم قياس الآثار التي تحدثها كل وسيلة من الوسائل على الجمهور.

وهناك عوامل خارجية عن عملية الاتصال ذاتها، كالظروف المحيطة وهذه الأخيرة قد تكون الحاسمة في عملية التأثير وما الوسائل الإعلامية في هذه الحالة إلا مجرد عامل مساعد أو مكمل فقط.

وهذا الاتجاه الأخير هو الذي يعبر عنه بالتأثير الوظيفي لوسائل الإعلام، أي التأثير الذي يأخذ الظروف الأخرى في الاعتبار.

ولا يتفق الباحثون على إطار تصنيفي للتأثيرات الخاصة بوسائل الإعلام فيقسمها البعض إلى تأثيرات ظاهرة وأخرى كامنة ويقسمها آخرون إلى تأثيرات عمدية (كزيادة المعلومات مثلا) أو تأثيرات غير عمدية (مثل إمكانية زيادة عدوانية الأطفال عند مشاهدتهم لأفلام العنف مثلا) . ويشير كل من لازرزفليد وبيرلسون وجوديت في دراستهم حول الانتخابات الأمريكية إلى تأثير وسائل الاتصال على السلوك السياسي في ثلاثة اتجاهات وهي:

- التنشيط Activation .
- التدعيم Reinforcement .

- التحويل conversion .

تدور وسائل الإعلام في تدعيم الاتجاهات يكون أكثر من دورة في تغييرها أو تعديلها، وربما يعود ذلك إلى الاتجاهات المسبقة المترسبة لدى الجمهور والتي قد تعبر عن نفسها في العمليات الانتقائية مثل التعرض الانتقائي للرسالة التي تحملها وسائل الإعلام المخالفة لاتجاهاته بحيث تنشر الرسالة بشكل محرف ليتفق مع اتجاهاته المسبقة أو التذكر الانتقائي بحيث يتذكر فقط الأداء الذي يتفق مع آرائه هو وينسى أو يهمل الأداء المخالف.

كما يدخل ضمن العوامل الوسيطة أيضاً والتي تساعد على قيام وسائل الإعلام بدور التدعيم لا التغيير ، الجماعة وتقاليد الجماعة وقادة الرأي، والاتصال المواجهي الشخصي.

أما بالنسبة لدور وسائل الإعلام في إحداث وتبني الجمهور لآراء جديدة فإن ذلك قد يتم بالنسبة للموضوعات التي لا يكون الجمهور قد كون نحوها آراء مسبقة. وإذا ما خلق لدى الجمهور هذا الرأي الجديد، فقد يكون هذا الرأي أو الاتجاه الجديد تحصينا لجمهور هذه الرسالات التي تأتي بعد ذلك عارضة لوجهة النظر المخالفة.

أما في الحالات التي تقوم فيها وسائل الإعلام بتحويل الآراء والاتجاهات فإن عمليات التعرض الانتقائي والإدراك الانتقائي والتذكر الانتقائي لا تكون موجودة أو يتوقف عملها ، وذلك بالإضافة إلى تعرض هؤلاء أيضاً للضغوط المتعارضة Cross pressures ما من شأنه أن يساعد في عملية التحويل هذه.

ووسائل الإعلام تكون قادرة (في بعض الأحيان) على إيجاد اتجاهات جديدة أكثر من قدرتها على تحويل الاتجاهات المسبقة الراسخة [1].

(١) أحمد بدر – مرجع سابق ص ٧٥-٧٧.

وفي هذا الفصل يتم استعراض بعض نظريات التأثير الإعلامي على الجمهور وهي تعطي فكرة واسعة حول مدى قدرة وسائل الإعلام على التأثير المباشر على الجمهور وقدرة الجمهور على التأثر الانتقائي للرسائل الإعلامية وعوامل هذا التأثير وقواعده.

وقد يكون التأثير بشكل مباشر، وقد يكون غير مباشر والتي يرى أصحابها أنه قد يعتمد التأثير على تقديم النماذج التي يمكن أن يقتدي بها الأفراد، وآخرون يرون أن التأثير قد يعتمد على المعنى الذي تكون الرسالة الإعلامية ومدى فهمها وربطها بظروف واقعية، وكذلك يتم تبادل التأثير على الجمهور من خلال الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والجمهور والمجتمع وكيف يتأثر الفرد بالرسالة بدون أن ينعزل عن المجتمع، وكيف يتأثر المجتمع بالوسائل الإعلامية في النهاية ويرى أصحابها أن هذه التأثيرات لا تقف عند حد المعرفة والامتناع ولكن لابد أن تنتهي بالسلوك المطلوب.

وبعد هذا الجزء يتم تدعيم الآراء النظرية بالدراسات الإعلامية التي توضح بعض التأثيرات في وسائل الإعلام والاتصال المختلفة على فئات متعددة من الجمهور ذات صفات متنوعة واتجاهات وبيئات مختلفة فيتم تناول دراسات حول تأثير التليفزيون، وتأثير الدش والإنترنت، والحاسبات كوسيلة اتصال، وتأثير وسيلة على أخرى ثم نختتم التأثير بتأثير وسائل الإعلام بشكل عام على الجانب الثقافي وخاصة ما يتعلق باللغة.

أولاً- بعض نظريات تأثير وسائل الإعلام

١- المجتمع الجماهيري ونظرية القذيفة السحرية

مع نهاية القرن العشرين كانت صورة المجتمع الجديد هي أنه يتغير من نظام اجتماعي تقليدي مستقر يرتبط فيه الناس ارتباطا وثيقا إلى مجتمع يتميز بتعقيد أكبر حيث ينعزل فيه الأفراد اجتماعيا عن بعضهم البعض.

وبشكل أو بآخر، فإن البناء المتطور والمتراكم للنظرية الاجتماعية رغم كونه غير متناسق بل ولكونه متعارضا أيضاً، كان يبدو أنه يؤكد على هذه الأفكار الرئيسية.

إن فكرة المجتمع الجماهيري Mass Society لا تعني المجتمع الضخم حيث تعني هذه العبارة المجتمع كثير العدد مثل الهند، في حين أن المجتمع الجماهيري يشير إلى العلاقة القائمة بين الأفراد والنظام الاجتماعي المتعلق به ويفترض في هذه النظرية أن:

١- الأفراد في المجتمع الجماهيري في وضع يتسم بالعزلة النفسية عن الآخرين.

٢- أن انعدام المشاعر الشخصية هو الذي يسود خلال تفاعلاتهم مع الآخرين.

٣- إنهم يتحررون نسبيا من المتطلبات المتصلة بالالتزامات الاجتماعية العامة.

وتقوم نظرية القذيفة السحرية على أن لوسائل الإعلام قوة مطلقة في إرسال الرسائل الإعلامية والتي بدورها تعطي التأثير المطلوب إذا تلقاها الجمهور ، وقد أطلق على هذه النظرية اسم «الإبرة تحت الجلد» ، ونظرية «سير نقل الحركة».

وتتلخص أهم نقاط تلك النظرية في النقاط التالية :

١- تقدم وسائل الإعلام رسائلها إلى الأعضاء في المجتمع الجماهيري ويدركونها بشكل متقارب.

٢- تؤثر الرسائل في مشاعر الأفراد بقوة.

٣- تقود المنبهات إلى استجابة الأفراد بشكل متماثل إلى حد ما.

٤- تأثيرات وسائل الإعلام قوية ومباشرة بسبب الضعف في الضبط الاجتماعي مثل التقاليد والعادات المشتركة.

٥- لقد كانت نظرية القذيفة السحرية المبنية على آلية S-R للغرائز أو الإثارة ثم الانفراج (Suspense-Release) والاعتقاد بأن وسائل الإعلام كانت تبدو وسائل قوية صحيحة تماماً خاصة في ظل الرأي الذي يرى أن الطبيعة الأساسية متشابهة مع التأكيد على العمليات غير المنطقية إلى جانب الرأي الخاص بالنظام الاجتماعي لقد كان يقال إن المؤثرات القوية كانت تقوم بشكل متشابه لأفراد الجماهير.

وقد كانت هذه المؤثرات تمس الدوافع الداخلية والعواطف أو الجوانب الأخرى التي يحظى الفرد بقدرة محدودة على السيطرة عليها بشكل إرادي. وبسبب الطبيعة الموروثة عن هذه الآليات كان كل شخص يستجيب بشكل متشابه تقريبا. وفضلا عن ذلك، كانت هناك روابط اجتماعية قوية تمزق تأثير هذه الآليات لأن الفرد كان معزولاً نفسياً عن الروابط الاجتماعية القوية والرقابة الاجتماعية غير الرسمية وقد كانت النتيجة هي أنه أمكن تغيير آراء أفراد الجماهير والتأثير عليهم من قبل المسئولين عن رسائل الإعلام، وخصوصاً من خلال استخدام الإغراءات العاطفية [1].

***

(١) ملفين ل. ديفلور. ترجمة كمال عبد الرؤوف، مرجع سابق، ص٢٣٦.

٢ ـ نظريات التأثير الانتقائي

كان التحول من نظرية القذيفة السحرية إلى مفهوم نظريات التأثير الانتقائي تحولا من مفاهيم بسيطة نسبياً إلى مفاهيم مركبة، وفجأة أصبحت كل العوامل نفسية واجتماعية – التي تميز الناس من فرد لآخر متغيرات متداخلة – وقد عملت هذه العوامل بين الباعث أو عامل التنبه S على طرف- أي المحتوى الذي تقدمه وسائل الإعلام – والاستجابة R – أو التغيرات في الشعورأو التفكير أو التصرف الذي يحدث بين أفراد الجمهور الذين يتعرضون لذلك المحتوى. بدلا من حالة التنبيه والاستجابة البسيطة لصيغة القذيفة السحرية حيث لا عوامل تتدخل بين وسائل الإعلام والجمهور وأصبحت توجد الآن مجموعات متعددة لمتغيرات متداخلة تغير من شكل العلاقة. وبينما بدأت تلك الصيغ تستخدم كأدلة في إجراء البحوث، أصبح واضحاً أن كل مجموعة من العوامل كانت تساهم بطريقة ما في الانتقائية التي اهتم أفراد الجمهور من خلالها بمشاهدة وسائل الإعلام، وفسروا ما تعرضوا له، وتذكروا ذلك المحتوى، وتأثروا به بالتالي في تصرفاتهم وكانت تلك مجموعة محددة من العوامل المتداخلة تميز أفراد الجمهور.

وهناك أربع قواعد أساسية تقع في بؤرة التأثير الانتقائي:

١ – مبدأ الاهتمام الانتقائي:

أولاً- إن الاختلافات الفردية في هيكل المعرفة تؤدي إلى نماذج مميزة من الاهتمام بالمضمون الإعلامي.

ثانياً- فإن الاهتمام لفئات اجتماعية معينة يؤثر في الاهتمام برسائل إعلامية معينة.

ثالثاً- إن الذين أقاموا علاقات اجتماعية وطيدة يحتمل بدرجة أكبر أن يهتموا

بموضوعات وقضايا يعرفون أنها ذات أهمية لأصدقائهم أو عائلاتهم، وذلك أكثر من اهتمامهم بموضوعات غير ذات صلة باهتماماتهم هذه.

٢- مبدأ الإدراك الانتقائي:

قاعدة الإدراك الانتقائي هي أن من لديهم صفات نفسية متميزة، وتوجهات سلوكية خاصة بفئات محددة، وانتماءات إلى شبكة اجتماعية سيفسرون نفس المضمون الإعلامي بأساليب مختلفة.

٣- مبدأ التذكر الانتقائي:

ويوجد وضع مواز فيما يتصل بالتذكر فهناك أنواع معينة من المحتوى لأنواع معينة من الناس يتم تذكرها بسرعة لوقت طويل ولآخرين ممن لهم هياكل معرفة مختلفة وانتماءات منطوية وروابط اجتماعية فإن نفس المادة الإعلامية قد تنسى بسرعة.

٤- مبدأ التصرف الانتقائي:

كل فرد لن يتصرف بنفس الأسلوب نتيجة التعرض لرسالة إعلامية معينة، والتصرف هو الحلقة الأخيرة من السلسلة.

ويمكن أن نضم هذه الأفكار ونجمل الافتراضات الأساسية لنظريات التأثير الانتقائي لهذه الافتراضات:

١- تنتج التغيرات في هياكل المعرفة عن الأشخاص من تعلم التجارب في البنيات الثقافية والاجتماعية.

٢- تطور الفئات الاجتماعية في المجتمعات المعقدة مجموعات صغيرة ذات أنماط سلوكية مميزة حيث يبتكر أفرادها ويتقاسمون معتقدات، ومواقف، ونماذج للتصرف تلبي احتياجاتهم وتساعد في التغلب على

مشاكلهم الخاصة.

٣- يحتفظ الناس في المجتمعات الحضرية الصناعية بعلاقات اجتماعية مهمة مع العائلة والأصدقاء والجيران وزملاء العمل، وهكذا.

٤- الفوارق الفردية في هياكل المعرفة، والمجموعات ذات الأنماط السلوكية الخاصة في كل فئة والعلاقات الاجتماعية بين أفراد الجمهور تؤدي بهم إلى نماذج انتقائية من الاهتمام، والإدراك، والتذكر، والتصرف فيما يتعلق بأشكال محددة من المضمون الإعلامي[١] .

***

(١) المرجع السابق ، ص٢٧٦-٢٨٠.

٣- نظريات التأثير غير المباشر

يرى أصحاب نظريات التأثير غير المباشر Theorios of Indirect Influence أن الإعلام يؤثر على الجمهور بشكل غير مباشر والبعض يرى أن هذا التأثير يعتمد على تقديم نموذج ويرى آخرون أن التأثير يأتي من خلال المعنى. وفيما يلي عرض لبعض هذه الأفكار:

- نظرية التأثير المعتمد على تقديم نموذج Modeling theory

يرى أصحاب هذه النظرية أن تأثير وسائل الإعلام يأتي بشكل غير مباشر ويأخذ وقتاً متأخراً وليس فورياً، حيث يتعرض الفرد إلى العديد من نماذج السلوك التي يرى فيها إمكانية تبينها وذلك باعتبار أن وسائل الإعلام مصدراً من مصادر التعلم الاجتماعي ويأتي ذلك من خلال مراحل متدرجة تأتي أولاً بعملية الإدراك للنمط السلوكي الإعلامي ثم يبدأ الفرد في النظر إلى هذا النمط باعتباره مفيداً في بعض المواقف الشخصية التي تواجهه وأنه سيحدث نوعا من الجاذبية بالنسبة له، ثم يقوم فعلا بتجربة تقليده في نفس المواقف المشابهة في الحياة الطبيعية، ويفترض في النموذج أن هذا النمط سيؤدي إلى دعم الفرد وزيادة قدرته على التفاعل في بعض المواقف ويحقق له مكافأة فردية ومع تكرار الاستخدام والتقليد يصبح جزءا من السلوك للفرد في تعامله مع نفس النوعية من المواقف الحياتية.

- نظرية المعنى Meaning theory :

يرى أصحاب هذه النظرية أن وسائل الإعلام أصبحت جزءا أساسياً في النظام الاجتماعي وفي عملية الاتصال وهي تلعب دورا أساسياً في تشكيل المعاني والرموز اللغوية وهذه المعاني والرموز لها دور في تشكيل السلوك نحو جوانب النظام الاجتماعي والمادي.

ويتم تأثير وسائل الإعلام على الفرد من خلال مراحل تبدأ بالإدراك للرسالة الإعلامية ذات المغذى اللغوي والذي تعارفت عليه أفراد المجتمع، فالفرد يدرك موقفاً معينا يأخذ مصطلحا من خلال الرموز الاجتماعية، ومن خلال تقديم وسائل الإعلام لهذا المصطلح اللغوي في مواقف معينة فإنها تؤثر على الفرد بإعطائه معاني جديدة للموقف الاتصالي، وتضيف للمعاني القديمة عناصر جديدة، وتستبدل المعاني القديمة بأخرى جديدة، أو تثبت المصطلحات اللغوية التي تتعلق بالمعاني المشتركة للرموز اللغوية المستخدمة في المجتمع وهي بذلك تؤثر تأثيراً طويل الأجل غير مباشر على الفرد والمجتمع [1] .

وإذا طبقنا مثل هذه الرؤى على بعض المجالات الاجتماعية مثل مجال المرأة وقضاياها المعاصرة، نجد أن وسائل الإعلام تجد نفسها أمام العديد من المصطلحات التي تتناولها الرسائل الإعلامية، ربما أوجدتها بشكل أساسي الأبعاد الدولية، أو المواثيق الدولية الخاصة بالمرأة، فستستخدم مصطلحات جديدة مثل: (الجندر) فتعرض كمصطلح حديث له أبعاده الاجتماعية فتارة تستخدم مصطلح الجندر وأخرى تستخدم كلمات بديلة وهو النوع الاجتماعي، ثم تبدأ في مناقشته في البرامج الإذاعية والتليفزيونية والتحقيقات الصحفية لتثبيت هذا المصطلح حتى يستطيع الفرد أنه يحدد له معنى اجتماعي فيتأثر به ويتقبله ويستخدمه في المواقف المتشابهة للمعروضة في وسائل الإعلام.

(1) Stephen W. littlejohn, "Theor ies of human cam. , cali forvia, wadsworhth pnllishing company 1983) pp,70-100.

٤ ـ نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إحدى النظريات التي تهتم برصد ودراسة التأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام على كل من الفرد والمجتمع.

ويشكل نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام من ثلاثة عناصر هي المجتمع ووسائل الإعلام والجمهور وهذه العلاقة تختلف من مجتمع لآخر، فبعض المجتمعات تفرض سيطرة على نظامها الإعلامي بينما تمنح مجتمعات أخرى نظامها الإعلامي قدرا أكبر من القدرة على التأثير في المجتمع، كما أن تأثيرات وسائل الإعلام على الجمهور أيضاً تختلف من مجتمع لآخر.

ففي بعض المجتمعات تستطيع وسائل الإعلام أن تملك سيطرة وتأثيرا على أفراد الجمهور، وفي مجتمعات أخرى تتبع وسائل الإعلام الجمهور وتتبع آراءه [١] .

فوسائل الإعلام تعد ظاهرة اجتماعية وتعامل على أنها تابعة للمجتمع وليس لنفسها، وقد أصبحت عنصرا في البناء الاجتماعي ولكن على الرغم من ذلك فإن الإعلام يمكنه أن يحصل على استقلالية بسيطة تمكنه من تغيير العالم الاجتماعي [٢].

وتعتمد فكرة النظرية على أن استخدامنا لوسائل الاتصال ليس بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي نعيش بداخله نحن ووسائل الاتصال والطريقة التي نستخدم بها وسائل الاتصال ونتفاعل بها مع تلك الوسائل ونتأثر بها نتعلمه

---

(1) Ball Rokeach, sand M. Defleur, " A dependency Model of mass communication effects" communication Research. Vol.3,1976 ,pp 3-21.

(2) Denis Meauail, Mass communication theory "sage publications London, Beverly Hills, New Delhi,1983,p 44.

من المجتمع ويشمل هذا أيضاً ما تعلمناه من وسائل الاتصال [1] ، وتستهدف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أحياناً تأثيرات قوية مباشرة، وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعا ما [2] .

ويرى أصحاب هذه النظرية أن وسائل الإعلام تؤثر على الفرد والمجتمع من خلال ثلاثة أنواع من التأثيرات هي التأثيرات المعرفية والتأثيرات العاطفية أو الوجدانية والتأثيرات السلوكية.

التأثيرات المعرفية:

ويشير مفهوم التأثيرات المعرفية cognitive effects إلى التأثيرات العقلية المتعلقة بإزالة الغموض الذي يحدث نتيجة لانتقاد المعلومات الكامنة لفهم المعنى مما يجعل الفرد غير قادر على تفسير الأحداث فيلجأ إلى وسائل الإعلام التي يمكن أن تكون هي المصدر الوحيد لهذه المعلومات، ويرى أصحاب هذه النظرية أن هذا التأثير قد يكون سريعا جداً وقد يستغرق سنوات. ومن التأثيرات المعرفية المهمة لوسائل الإعلام هي وضع الأجندة، حيث يفترض أنه عندما تركز وسائل الإعلام على هدف معين فإنها تدفع الجمهور للنظر لهذا الحدث باعتباره مهماً، وقد يكون هناك قدر من التشابه وقدر من الاختلاف بين اهتمامات الجمهور بأجندة معينة وذلك تبعا لانتماء مجموعة معينة إلى اتجاه معين. وتفسر هذه الظاهرة بأن الأفراد لا يستجيبون بشكل متماثل لأجندة وسائل الإعلام حيث يختار الناس ما يناسب

(١) محمود حسن إسماعيل ، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير ، مكتبة الدار العالمية للنشر والتوزيع ١٩٩٨م ص٢٧٨.

(٢) ملفين ديلفور، ترجمة كمال عبد الرؤوف ،مرجع سابق، ص٤١-٣٣.

خصائصهم وشخصياتهم ومشكلاتهم في نفس الوقت فإن الأفراد لا يختلفون عن بعضهم كلية، ولكنهم يمثلون فئات متشابهة داخل البناء الاجتماعي.

والمجتمع يسمح بإيجاد طبقة واسعة ذات قدر من التشابه في ظروفها الاجتماعية، فأجندة الجمهور عملية تفاعلية بين الاهتمامات الخاصة الناتجة عن الاختلافات الفردية وموقف الفرد من البناء الاجتماعي.

وهناك نوع ثالث من التأثيرات المعرفية تتمثل في زيادة نظم المعتقدات عند الناس، والتي تتيحها لهم وسائل الإعلام من خلال معرفة الكثير عن أناس وأماكن وأشياء أخرى.

ويتعلق التأثير المعرفي الأخير بالقيم وهي معتقدات يعتنقها الناس عن غايات أساسية في حياتهم مثل المساواة والحرية، أو عن أنماط مفضلة من السلوك مثل التسامح والأمانة ، وتغير وسائل الإعلام في هذه المعتقدات في حالات نادرة.

- التأثيرات العاطفية والوجدانية Affective Effects :

يرى دوركايم أن الأفراد الذين يعتمدون على وسائل الإعلام كمصدر رئيسي للمعلومات عن جماعاتهم يتعرضون لتغييرات كبيرة في معنوياتهم، عندما يكون هناك تغييرات ملحوظة في كم ونوعية المعلومات التي تقدمها لهم وسائل الإعلام عن جماعاتهم وفئاتهم (١) .

وقد تؤثر وسائل الإعلام وجدانيا على الأفراد من خلال زيادة معدل العنف لديهم وزيادة القلق وسرعة الاستثارة، وزيادة المخاوف، والإحساس بالاغتراب في المجتمع الذي ينتمي إليه الفرد، وزيادة حدة التوترات العصبية والنفسية.

(1) Melvin ,De fleur, Sandra Ball Roreach, Op. Cit. pp.269,279.

وتبدو مثل هذه التأثيرات في الدراسات الإعلامية الخاصة بالمشاهدة المكثفة لمضمون معين حيث يزداد الإحساس بالاغتراب للشباب كثيفي المشاهدة للمضمون الأجنبي ، ويزداد الإحساس بالتوازن والقلق والحزن لدى الأطفال كثيفي المشاهدة لأفلام العنف وتزداد حدة التوترات العصبية لدى كثيفي المشاهدة للمضمون المحتوى على العنف اللفظي والمادي.

- التأثيرات السلوكية Behavioral Effects:

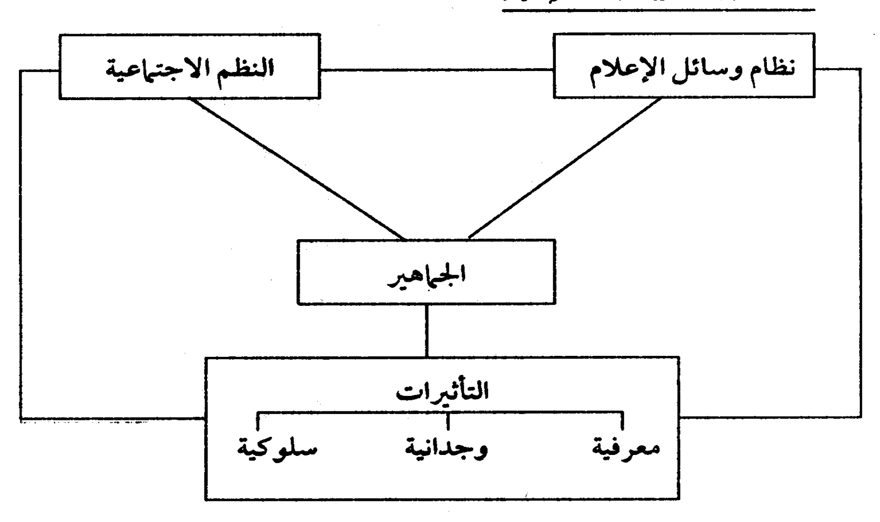
ومن أهم التأثيرات السلوكية هي الفعل بالقيام بسلوك معين أو فقدان الرغبة لهذا الفعل أو السلوك وهما نتاج التأثيرات المعرفية والوجدانية.

حيث يقوم الفرد بمعرفة قضية معينة ثم يكون اتجاها نحوها وبناء على هذا الاتجاه يشعر بالرغبة في القيام بتصرف ما ثم تترجم إلى سلوك أو حركة.

وإن التأثيرات المعرفية أو العاطفية قد لا يكون لها تأثير على المجتمع إذا لم تقدم سلوكاً معيناً.

وتنشيط السلوك أو عدم تنشطيه من التأثيرات السلوكية المهمة لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وهو يشير إلى الطرق التي من خلالها يستشير التعرض لوسائل الإعلام الفعل أو السلوك ومثال على ذلك الإعلان الذي لا يهدف إلى تقديم المعرفة فقط بقدر ما يهدف إلى دفع المتلقي للقيام بسلوك معين. (1)

(1) Williams, F., Phillips, A., & lump, P. Gratifications associated with new communication. Technologies. Ink. Rosengren , d . wenner , &p . palmgreen (Eds.), Media Gratifications Research : current perspectives,1985, (pp.241.252).Beverly Hills, CA: sage .



شكل (١٠) يوضح العلاقة المتبادلة بين وسائل الإعلام والجمهور والمجتمع

ترتكز النظرية على أساسين هما الأهداف والمصادر أما الأهداف فلكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى. أما المصادر فيسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم، وتعد وسائل الإعلام نظام معلوماتي يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم ويعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية:

١ - الفهم: وتنشأ تبعيات الفهم الاجتماعي عندما يستخدم الأفراد مصادر معلومات وسائل الإعلام لفهم وتفسير الأشخاص والثقافات وأحداث الماضي والحاضر والمستقبل.

٢- التوجيه: ويشير إلى توجيه العمل إلى عدد وفير من الطرق التي يقيم فيها الأفراد علاقات اعتماد على وسائل الإعلام من أجل الحصول على توجيهاته لسلوكيات معينة لأنفسهم.

٣- التسلية: تشير إلى حالات تكون فيها محتويات وسائل الإعلام من الجمال أو المتعة هي ذاتها عنصر الجاذبية والتسلية الاجتماعية التي تقوم على أساس قدرة وسائل الإعلام على أن تقدم محتويات تحث على التسلية بين الأشخاص [١].

***

(١) حسن عماد، مرجع سابق، ص٣٢١.

ثانياً - دراسات حول تأثير وسائل الإعلام والاتصال

يصعب الكشف عن تأثير وسائل الإعلام والاتصال إلا إذا توفرت ظروف المعامل لقياس ردود فعل الجمهور أو التغذية المرتدة .

وذلك يعتمد علي العديد من العوامل الوسيطة التي لها دور أساسي في عملية الاتصال ونتائجه علي المرسل و المستقبل أو المصدر و الجمهور.

و التأثير لا يخضع لمحتوى البرنامج أو لطبيعة الوسيلة الإعلامية فقط و لكن هناك ما يتصل بالظروف التي حدث فيها الاتصال وطبيعة الجمهور و الجوانب المعرفية والسيكولوجية و الاجتماعية له وكذلك ما يتصل بالقائم بالاتصال من حيث جوانب عدة منها توجهاته السياسية والثقافية وقدرته التقنية و إمكانياته المالية في بث الرسالة الاتصالية .

١ـ التليفزيون

- دراسة حول الدراما التليفزيونية و الواقع الاجتماعي :

و تعالج هذه الدراسة دور التليفزيون في تشكيل الواقع الذي يعيش فيه الأفراد وترى الدراسة أن الدراما تعد واحدة من مصادر تكوين الواقع بما فيه من إيجابيات وسلبيات و ظهر تأثر الجمهور بالواقع الذي تقدمه الدراما التي تظهر من خلال محاكاته للنماذج الرمزية التي تظهر فيها وتهتم الدراسة بتحليل الواقع الدرامي الذي تقدمه الدراما التليفزيونية والذي يتعلق بالأشياء والأشخاص و المشكلات وتهدف الدراسة إلي تحديد المشكلات العقلية للواقع الاجتماعي من خلال خبراء الاجتماع والسياسة والاقتصاد والإعلام ومعرفة أسبابها ونتائجها.

والتعرف علي شكل الواقع المقدم في الدراما التليفزيونية وفى مرحلة الثمانينات والتعرف علي مدي الاتفاق و الاختلاف بين الواقع الدرامي المقدم في مرحلة الثمانينات و الواقع الاجتماعي الحقيقي من خلال الإحصاءات والتعدادات و الأبحاث الاجتماعية وآراء الخبراء لمعرفة مدى التطابق بينهما و الوقوف علي شكل الواقع المدرك لدي مشاهدة الدراما التليفزيونية و معرفة مدي اعتقاد هذا الجمهور في مطابقة مضمون الدراما التليفزيونية لجوانب الوضع الاجتماعي وقد بينت الدراسة أن هناك علاقة ارتباط بين ما تقدمه الدراما و الواقع المعاش(١).

- دراسة حول تأثير الوسيلة الإعلامية و النوع علي مجموعات من المراهقين أوضح الباحث من البداية أن المواد الإعلامية لا تعكس فقط البيئة الاجتماعية

(1) Soha Mohemed Zaki "The image of women in drama and women's programs in Egyption Television "unpublished. PhD Cairo Faulty of mass communication Cairo University 1982.

المحيطة بالجمهور واهتمامات واحتياجات الجمهور ولكنها أيضا تمثل قوي تمارس تشكيل المعني و الرموز في أذهان الجمهور وتبين من الدراسة أن الطلاب الذكور يتحدثون حول الأفلام التي يشاهدونها في محطات التليفزيون و ذلك بنسبة كبيرة وأنهم يركزون علي موضوعات مثل العنف و الملبس والمخدرات كما تبين أن البنات لديهن خاصية القلق بشكل كبير كما يوجد لديهن اهتمام كبير بالظهور أمام الآخرين وأوضحت الدراسة أن جمهور المراهقين يستخدمون الصور و الرسائل التي تمدهم بها الوسيلة الإعلامية بالتبادل مع الأسرة و الأصدقاء في عالمهم الاجتماعي [1].

***

(1) Milkie A Mellissa "Mass Media and Gender in the Adolescent Peer Group" Journal of contemporary vol. 23 . No3 October 1994, pp 354-380.

- في دراسة أجريت عام ١٩٩٨م علي الطفل المصري تهدف إلي التعرف علي تأثير وسائل الإعلام و خاصة التليفزيون والفيديو و البث الفضائي و الألعاب الإلكترونية الحديثة علي تقلص مساحة التفاعل الأسري و بالتالي علي التنشئة الاجتماعية للطفل في الأسر المصرية و بينت النتائج أن التليفزيون في الأسر الدنيا مجرد وسيلة ترفيهية ذات آثار سلبية علي عملية التفاعل الاجتماعي داخل الأسرة وكانت ٤٣,٧٪ من الأسر المتوسطة عندما تختلف رغبات الآباء مع الأبناء حول المشاهدة فإن الخلاف كان يحسم لصالح الأبوين ومن ثم ينصرف الأطفال عن المشاهدة ولا يحقق التليفزيون التفاعل بين الآباء و أطفالهم.

أما بالنسبة للشريحة العليا فقد تبين أن ٤٠٪ منهم يشارك فيها الوالدان أبناءهم في المشاهدة و كانت تجري بعض المناقشات لتوضيح بعض المعاني أو آراء أو وجهة نظر معينة مما يقلل الآثار المترتبة علي الاندماج الكامل في المشاهدة [١].

***

(١) سهير عادل محمد صبحي العطار " تقلص التفاعل الاجتماعي في الأسرة و أثاره علي تنشئة الطفل " دراسة حالة علي عينة من الأسر بأحد أحياء مدينة القاهرة في المؤتمر العلمي السنوي (أطفال الغد وتنشئته) مركز دراسات الطفولة –معهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس ١٩٩٨ ص ٨٤-١٢٠ .

٢ ـ الدش

دراسات حول تأثير الدش علي الوسائل الإعلامية الأخرى

-في بحث أجرى في المملكة العربية السعودية تبين أن الدش أثر علي مشاهدة برامج التليفزيون المحلي في المجتمع المدروس و ذلك بنسبة ٩ ,٧٣٪ وأن٩ ,٣٩٪ لديهم الدش في العينة المدروسة لم تعد تشاهد برامج التليفزيون السعودي . و عن تأثير الدش علي التعرض للفيديو بينت إجابات عينة دراسة أجريت بمصر أن مشاهدة الفيديو قد تأثرت بالدش الوافد الجديد علي النحو التالي:

٢ , ٢٠٪أجابوا بنعم علي الحرص علي مشاهدة الفيديو في المنزل .

٣ , ٥٠٪ أجابوا بكلمة أحيانا .

٢ , ٢٠٪ أجابوا بالنفي علي هذا السؤال .

و بسؤال من نفوا مشاهدتهم الفيديو بالنسبة للعينة المدروسة في مصر ظهر صراحة أنه بسبب و جود الدش و ذلك ضمن أسباب أخري علي النحو التالي :

- عدم وجود وقت .

- يفضل مشاهدة برامج التليفزيون من الدول الأخرى أو يفضل مشاهدة التليفزيون أو يوجد دش .

- غير مهتم أو غير راض بما يوجد علي شرائط الفيديو.

- عدم وجود أفلام جديدة وجيدة .

و في بحث آخر أجري في السعودية علي ١١٥٧ مفردة أشارت النتائج إلي أن حوالي ٧٠٪ من العينة لديهم دش و فيديو معا وتبين أن ٦ , ٦٥٪من العينة قد

أعرب عن أن الدش أثر علي التعرض للفيديو و عن مكانة الدش في الأسرة تبين أن ٣, ١٨٪ يري أن الدش أصبح ضروريا بينما العدد الأكبر لحائزي الدش يري أنه يمكن الاستغناء عنه .

و من التأثيرات الإيجابية للدش تدعيم الاتصال الشخصي حيث تبين أن الدش بالنسبة للمجتمع المدروس أدي إلي إثارة موضوعات تصلح للحوار و خصوصا بين أصحاب المستويات التعليمية المنخفضة أوتبين أن الإناث اللائي يتحدثن عن برامج الدش في العينة ٥, ٨٠٪ بينما الذكور ٣, ٦٩٪ مما يوضح أن هناك علاقة بين الجنس والحديث عن موضوعات يثيرها الدش لصالح الإناث. و كذلك الحال بالنسبة لصغار السن منهم .

- و في دراسة حول تأثير الدش علي القيم أجريت بجدة بالمملكة العربية السعودية عام ١٩٩٩ علي ٢٤٠ طالباً وطالبة بجامعة الملك عبد العزيز كشفت عن وجود علاقة قوية بين التعرض للدش و التعرض للفيديو و إلي عدم اختفاء التقنية الأقدم و أن الوظيفة الأساسية للدش هي التسلية (١) .

***

(١) انشراح الشال، مرجع سابق ، ١٣٣ – ١٤٦ .

٣ - الإنترنت

نماذج لتأثير الإنترنت كوسيط إعلامي

مقدمة

يعد الإنترنت وسيطا إعلاميا ممتازا لاختبار فرضية الجمهور النشط لأنها وسيط إعلامي لا يقوم الأفراد بتشغيله في الخلفية كما هو الحال مع التليفزيون أو الراديو . فعندما يدخل الأفراد علي شبكة الإنترنت فإنهم عادة ما يسعون إلي تنفيذ نشاط معين أو الوصول إلي هدف ما في أذهانهم . و حتى إذا كان ذلك الهدف قتل الوقت فإنهم يدركون أن هذا هو سبب دخولهم علي الإنترنت و بالتالي فهم جمهور نشط من الناحية النظرية .

وقد قام الباحثون بتحديد بعض الصفات التكنولوجية لهذه الوسائل الإعلامية الجديدة كما يلي :

- التخلص من قيد المسافات الجغرافية (الأقمار الصناعية الخاصة بالاتصالات).
- تحرير التليفزيون من قيود جداول البث و الإذاعة (شريط الفيديو) .
- توفير الحصول غير الخطي علي المعلومات (الكمبيوتر وأقراص الفيديو).
- إتاحة – تكاد تكون مطلقة – لوسائل الاتصال ثنائية الصوت أو النصوص (التليفونات المحمولة و التناظر عن بعد عبر الكمبيوتر) .
- نقل الكثير من الرسائل الفورية أو اختيارات البرامج (الكابل متعدد المحاور co axial cable والألياف الضوئية fiber optics) .

- التخلص من متطلبات الطباعة والنقل فيما يتعلق ببث المعلومات الضوئية (الفيديو و النصوص التليفزيونية teletext و قنوات المعلومات) [١].

إلا أنه بعد مرور عقد من الزمان ظهر وسيط إعلامي جديد استطاع أن يشمل كل صفات وسائل الإعلام غير الجديدة الأخرى فالإنترنت توفر فرصة الحصول غير الخطي علي المعلومات في أي وقت من أوقات الليل أو النهار وقد تخطت صفحات المواقع الفردية التقليدية للطباعة والنشر اللازمة في نقل وبث أي معلومات حيث يمكن للمستخدم أن يستمع إلي الإنترنت علي أنه جهاز راديو ببساطة عن طريق الدخول إلي أي محطة إذاعية متاحة علي الشبكة أو أن يستخدم الشبكة كتليفزيون حيث يمكن مشاهدة ما يفضله المتلقي من شريط الأخبار والفيديو كليب من ضمن العديد من الاختيارات للمواقع التي يصعب حصرها . كما أن الإنترنت كوسيط إعلامي يقرب المسافات و يجعل منها عنصرا شكليا يمكن لمستخدم الإنترنت أن يقوم بإرسال بريد إلكتروني أو إجراء دردشة (chat) مع أي فرد آخر من أي مكان في العالم في أي وقت شاء حيث يتحدث مع مستخدم آخر بالتزامن عبر مناطق وقت متعددة [٢] .

(1) Williams, F., Phillips, A., & lum , P . Gratifications associated with new communication. technologies. Ink. Rosengren , d . wenner , &p . palmgreen (Eds.), Media Gratifications Research : current perspectives,1985, (pp.241.252).Beverly Hills, CA: sage .

(2) Abdullah , R.A.(2001)the internet in the middle East : An overview of developments and current status paper presented at the national can .association, Atlanta ,GA'

بعض التأثيرات الإيجابية للإنترنت

- في دراسة حول استخدام صفحات الأخبار الإلكترونية تبين أن أنظمة الاتصال عن بعد لها دور حيوي في تطوير أساليب جديدة لتنظيم الحياة الاجتماعية للفرد حيث إنها لا تتقيد بحدود الزمان و المكان بالإضافة إلي قدراتها التخزينية العالية التي تفوق كلا من نمطي الاتصال الشخصي و الجماهيري [١] .

- في دراسة حول استخدام البريد الإلكتروني في المنزل وتأثيره علي العلاقات بين الأفراد فقد كشفت دراسة عام ١٩٩٩ عن وجود أربعة أسباب لهذا الاستخدام هي :

- إقامة العلاقات الشخصية بين الأفراد .
- تحقيق مكاسب شخصية .
- إنجاز متطلبات العمل .
- تحقيق إشباعات معينة لا تتحقق باستخدام الوسائل الأخرى .

و اتضحت أيضا أن تلك الوسيلة تستخدم لأسباب خاصة بالعلاقات بين الأفراد و بغض النظر عن السمات الديموجرافية للمستخدم حيث يستخدم البريد الإلكتروني لتحقيق الاستمرارية في هذه العلاقات [٢] .

---

(1) Ogan , Christine list server communication. During the gulf war: what kind of medium is the Electronic Bulletin Board Journal of broad costing & Electronic Media. vol.37, No.21993 , pp178.

(2) Dimmicket . al, "Home E-Mail Relation al maintenance & Gratification opportunities & journalof Broadcasting & Electronic Media vol. 43,N0,4.1999 pp 659-670. .

- في محاولة لقياس درجة مصداقية الإنترنت كوسيلة اتصال بوسائل الاتصال التقليدية أجريت دراسة ميدانية علي عينة من المهتمين بزيارة المواقع التي تقدم معلومات سياسية علي الشبكة ومن أهم نتائجها وجود علاقة ارتباط سلبية بين كل من العمر و المستوي التعليمي وبين درجة مصداقية الإنترنت كوسيلة اتصال لدى المبحوث كما أوضحت الدراسة أن الرسائل الاتصالية المقدمة عبر الإنترنت تتمتع بدرجة مصداقية أعلي لدي المبحوثين مقارنة بمثيلاتها المقدمة عبر الوسائل التقليدية[1] .

***

(1) Johnson& Barbara k. Kaye (1998) "Cruising is believing" comparing Internet and traditional Sources on mass Media Credibility Measures" journalism & Hass communication. Quarterly vol. 75, No.pp.325-340.

بعض التأثيرات السلبية للإنترنت كوسيلة اتصال

تعددت الدراسات التي فندت العديد من التأثيرات السلبية للإنترنت منها ضعف الرقابة والخصوصية واللامركزية للمصدر.

ففي دراسة حول خصوصية مستخدمي الإنترنت من الأطفال عام ٢٠٠٠ تم تحليل ١٦٣ موقعا خاصا للأطفال للتعرف علي القواعد التي تحكم عملية جمع المعلومات الشخصية منهم عن طريق الإنترنت تبين أن هؤلاء الأطفال لا يتمتعون بالحماية الكافية أثناء استخدامهم للإنترنت فمعظم المواقع التي خصصت للدراسة قامت بجمع معلومات شخصية من الأطفال دون الرجوع إلي ذويهم أو أخذ الإذن منهم كما أن تلك المواقع لم توضح الغرض من جمع تلك المعلومات الشخصية و لم تشترط علي الأطفال أخذ موافقة الوالد قبل جمعها [١] .

و يخشي المتخصصون و النقاد من أن هذه الطبيعة الخاصة للإنترنت سوف تسهل نشر ما يسمي (بفحش الإنترنت) و غواية الأطفال وانتهاك خصوصيتها وقد أشارت مجموعة من الباحثين إلي أن الخصوصية تعد من أحد الحواجز التي قد تعوق التفاعل و التواصل بين أفراد الأسرة و الخصوصية هي أحد العمليات الشخصية التي ينظم الفرد و الجماعة من خلالها تفاعلاتهم مع الآخرين و تعد بمثابة درجة تحكم انتقائي في الحواجز الشخصية التي يعرضها الفرد أو الجماعة في تلك التفاعلات حيث تحدد درجة انفتاح الشخص علي الآخرين و حدود تعاملاتهم معه [٢] .

---

(1) Cai & Walter Gantz "on live Privacy Issues Associated with web sites for children" Journal of Broad casting & Electronic Media vol 44, No, 2,2000, pp.197-158.

(2) Petronio et. Al. " (Mis) communicating Across Boundaries: Interpersonal & Inter group considerations" Communication Research. Vol. 25, No. 6.1998, P.577.

– أما لا مركزية الإنترنت فقد دعت العديد من الحكومات للتفكير في فرض الرقابة وأشكال أخرى من التنظيم العام لهذه الوسيلة .و هي ترتبط بالعديد من السلبيات منها انتشار الغش التجاري وتهديد الجماعات العنصرية لخصومها السياسيين أوالدينيين والمؤسسات الإجرامية التي اتخذت الإنترنت لإنشاء تحالفات والغزو الثقافي وتهديد الهوية الاجتماعية (1).

– و قد ظهرت نتائج سلبية في العديد من الدراسات حول ظاهرة إدمان الإنترنت .

حيث أظهرت علاقة بين ارتفاع معدلات استخدام الإنترنت وزيادة سوء الاستخدام ومن أهم مظاهره الإدمان :

– الشعور بالحاجة لاستخدام الإنترنت لفترات أطول .

– عدم القدرة علي السيطرة علي الرغبة في الاستخدام .

– الاستغراق في عالم الإنترنت بحيث يصعب علي الفرد الخروج منه.

– الشعور بالغضب عند محاولة قطع الخط.

– التسلل إلي الشبكة عند الرغبة.

– تعمد إنكار قضاء وقت أطول علي الشبكة.

– نسيان القيام بأعمال ضرورية .

– قلة الاكتراث بأهمية الأعمال والواجبات اليومية .

(1) Villages, Bernardo M "Social Impact of New communication. Technologies" Social Impact of New communication. Technologies" Media Asia vol. 24, No.4, 1997, pp.183-187.

وقد أشار جون جروهول John M .Grohol 1999 إلي أن معظم مدمني الإنترنت من المستخدمين الجدد لهذه الوسيلة منهم يخوضون أول مرحلة من مراحل التكيف و التأقلم مع البيئة الاتصالية الجديدة المرتبطة بالإنترنت بالاستغراق في هذه البيئة تماما (١).

- وعن الوحدة و العزلة و الإحباط قامت دراسة أجراها روبرت كراوت وآخرون Robert Kraut 1998 حول العلاقة بين استخدام الأفراد الإنترنت ودرجة الاندماج الاجتماعي والآثار النفسية المحتملة لهذا الاندماج والتي أجريت بولاية بنسلفانيا الأمريكية علي ٩٣ أسرة تبين وجود ارتباط سلبي بين الاستخدام للإنترنت و الاندماج الاجتماعي حيث يقل التفاعل بين أفراد الأسرة و يقل اشتراك الأفراد في العمل الاجتماعي المحلي كلما زاد استخدامهم للإنترنت كما تبين وجود ارتباط إيجابي بين الاستخدام للإنترنت و الشعور بالوحدة و العزلة و الشعور بالإحباط خلصت الدراسة أن استخدام الإنترنت له تأثير سلبي جيد علي درجة الاندماج الاجتماعي social involvement و الصحة النفسية psychological wellbeing مع الاحتفاظ بمزاياها الاتصالية الأخرى (٢).

- و فيما يتعلق بتأثير أشكال الاتصال الذي يستخدم الحاسب كوسيط قدم مارتن لي Martin Lea ١٩٩٨ دراسة تهدف إلي التعرف علي طبيعة وتأثير الاتصال عبر الحاسب في إزالة أو تدعيم الحواجز الاجتماعية داخل الجماعة الاجتماعية وبين

---

(1) Grohol, john M. (1999) "Internet Addiction Guide" Available on line at: Internet Addiction – Dr Grohol's Mental Health page online Addiction htm Accesson: 21 st of November,2002.

(2) Kraut at. al. (1998) "Internet paradox: A Social technology that Reduces Social Involvement & Psychological well–Being?" Available on–line at http ww.apa.org/jarnals/amp/amp/53 9 1017.html Access on: 26 th of December /2001.

الجماعات المختلفة و ذلك باستخدام نموذج الهوية الاجتماعية و قد بينت النتائج أن تكنولوجيا الاتصال الجديدة لها تأثير علي العلاقات الاجتماعية فتعمل علي تدعيم التأثير للحواجز الاجتماعية الموجودة في المواقع كما أنها تقيم حواجز جديدة بشكل ضمني . كما توصلت الدراسة إلي أن الانقسامات المفروضة علي الجماعات الاجتماعية من الخارج إلي جانب الحواجز الداخلية (مثل الأعراف الاجتماعية الخاصة بالجماعة والتي توجد فيها كل الأفراد لا يمكن بالضرورة إزالتها عن طريق القوي الاجتماعية المعادلة للحاسب كوسيلة اتصال [١] .

وفي دراسة تتعلق باستخدامات الإنترنت وآثارها على العلاقات الاجتماعية، والتفاعل الاجتماعي والجوانب النفسية للتفاعل الاجتماعي أجريت على ٢٥٦ أسرة تبين أن المراهقين أكثر استخداما للإنترنت من الراشدين وأنه لا يختلف الإناث عن الذكور في معدل الاستخدام، وأن الراشدين أكثر إقامة للعلاقات الاجتماعية داخل الأسرة من المراهقين، وكذلك الحال بالنسبة للإناث، أن زيادة استخدام الإنترنت أدى إلى تقليل العلاقات الاجتماعية داخل الأسرة وكذلك المنطقة السكنية وأن الإناث أقل إحساساً بالعزلة عند استخدامهن للإنترنت من الرجال.

ويرتبط الإفراط في استخدام الإنترنت بالزيادة في الضغوط النفسية لدى المستخدمين والبعد عن الحياة الواقعية [٢] .

وفي دراسة تناولت دوافع استخدام الأطفال للحاسبات الآلية وعلاقتها بالجوانب المعرفية للطفل تبين من الدراسة ما يلي:

(1) Postmeset. Al. "Breaching or Belding Social Boundaries? SIDE – effects of Computer Mediated cam. Com. Research. Vol 29, No6,1998 ,pp 689-715.

(2) Krout, R. vick, Limd mark, and ot lers. A social technology that Reduces social Involvement and psychal ogical well beung journal article pullisled in the American psychologist Date 21 Mar 2000.

- معظم الطلبة يستخدمون الحاسب في المنازل وأقل من نصفهم يستخدمونه في المدرسة وعند الأصدقاء أو الجيران أو الأقارب وتشير هذه النتيجة إلى أن الوقت المخصص للعلاقات الاجتماعية الأسرية ربما يتأثر بزيادة عدد ساعات الاستخدام حيث بينت الدراسة أن الأطفال يستخدمون الحاسب أكثر من مرة كل أسبوع وأكثر من ساعة في المرة الواحدة، أما عن المشاركة في الاستخدام فقد تبين أن التعامل مع هذه التكنولوجيا يصعب أن يتم بشكل فردي وبدون مشاركة أو تعليم أو إرشاد أو أمر فكلها أمور تتطلبها طبيعة الاستخدام وخاصة أنها تعتبر تكنولوجيا جديدة وتتطلب التفاعل والتطوير ومثال على ذلك تحديث البرامج والأجهزة والإمكانات المنافسة ، وتعدد البرامج وتنوعها وتعدد مجالات الاستخدام وتنوع المصطلحات المستخدمة وغيرها من الخصائص التي تتطلب ضرورة الاستعانة بالغير لاكتساب خبرة أو معلومة أو تصحيح أو إضافة معلومة لدى المستخدم لذلك تدفع النتائج تنوع المشاركين للطفل في الاستخدام ويلاحظ ارتفاع نسبة الذين يشاركونهم إخوتهم وانخفاض نسبة المشاركة من جانب الأمهات وترتفع نسبة المشاركين من الآباء بالمقارنة بالأمهات، وبينت الدراسة أن هناك ثلاثة مواضع يُشارك فيها الطفل في الاستخدام فقد يشارك قبل الاستخدام وكانت نسبتها أقل بالمقارنة بالمشاركة أثناء الاستخدام وبعده . أما التوجيهات النظرية التي تصدر في شكل أوامر أو تعليمات أو نصائح مثل الاستخدام فإنه يصعب تقبلها بدون الاستخدام الفعلي للحاسب والتفاعل معه . أما المشاركة بعد الاستخدام فقد جاءت في المرتبة الثانية، وهي تغير في تقييم أداء المستخدم سواء من حيث المدة الزمنية التي يستخدم فيها أو توقيت الاستخدام ومناسبة للطفل، فمثلا يتم متابعة الطفل الذي يستخدم الحاسب مساء حتى لا يستمر استخدامه إلى أوقات متأخرة بالليل مع عدم وجود أحد معه، وهو ما يمكن أن يؤدي إلى مشكلات أخرى مثل الدخول على مواقع غير أخلاقية على الإنترنت أو استمرار التحدث من خلال التخاطب الكتابي أو التخاطب

السمعي دون الإحساس بمرور الوقت كذلك يمكن أن تفيد المشاركة بعد الاستخدام في تقييم تطور الاستخدام من حيث إمكانية إضافة برامج جديدة أو استخدام أقراص مدمجة جديدة أو تحديث الجهاز أو استخدام أدوات تكنولوجية إضافية جديدة تساعد على تطوير مهارات الاستخدام، على أية حال فإن تقييم الأداء يعتبر عنصرا ضروريا لتطوير الاستخدام وحصلت المشاركة أثناء الاستخدام على أعلى نسبة (ثلثي حجم العينة) وهو ما يوضح سمة أساسية من سمات استخدام الحاسبات الآلية وهو وجود التفاعل بين المستخدم والجهاز ومن المستخدم والمعلم أو المدرب أو المرشد أو المشارك في الأداء مثل دخول شخصية في أداء لعبة واحدة مثل سباق السيارات.

وتفيد هذه المشاركة في التصحيح الفوري للخطأ وسرعة تداركه وفي تعديل الاستخدام وفي استخدام مهارات جديدة أو معرفة مواقع معينة أو الاستفادة من مواقع معينة على الإنترنت، كما تفيد في تدعيم العلاقات بين المستخدم والمشارك ومواصلتها بعد الاستخدام حتى يمكن الاتصال بالمشارك لتأكيد معلومة معينة أو إعادة شرحها أو الإعداد للقاء القادم.

وقد بينت الدراسة أن الطفل يشارك قبل الاستخدام في اختيار البرامج تليها المواقع على الإنترنت ثم الموضوعات التي يتناولها أثناء الاستخدام، كذلك يشارك في اختيار أوقات الاستخدام وكميته.

وعلى الرغم من أهمية مشاركة الطفل في اختيار أوقات الاستخدام وكميته إلا أن الدراسة بينت انخفاض هذه النسبة، وهو ما يؤثر على الطالب في افتقاد عنصر مهم من عناصر التنظيم وهو الوقت حيث يساق المستخدم على تنظيم أوقاته بين الأنشطة المختلفة وتوجيه اهتمامه لأهمية الوقت كعنصر ضروري للحياة.

وتبين نتائج الدراسة الخاصة بمشاركة الطفل أثناء الاستخدام أنه يمكن أن يشارك في إجراء الألعاب، أو التعلم لموضوعات معينة أو تعلم مهارة الاستخدام،

إلا أن إجراء الألعاب قد حصل على نسبة عالية مقارنة بالتعلم لموضوعات معينة.

أما أثناء الاستخدام فيما يتعلق بتعلم مهارة الاستخدام فإنه يعتبر شيئا ضروريا خاصة للمبتدئين الذين لم يكتسبوا خبرة استخدام الجهاز أو البرنامج أو الموقع على الإنترنت.

أما بعد استخدام الطفل للحاسب فإن نتائج الدراسة بينت أنه يتم مشاركته في العدد من الجوانب والتي تخص ما تم استخدامه ومدى الاستفادة من الاستخدام، والمناقشة في تنمية مهارات معينة أو في المشكلات التي تواجه الطفل أثناء الاستخدام أو عيوب الاستخدام، كما يناقش في كيفية الاستخدام، كيفية إفادة الآخرين وأوقات الاستخدام، وجاءت هذه الجوانب بشكل متتال من حيث نسبة الطلبة المشاركة فيها من الأكبر إلى الأصغر.

وربما ترجع ارتفاع نسبة المناقشين فيم تم استخدامه، ومدى الاستفادة إلى السؤال المعتاد للآباء أو المشرفين على الطفل وهو استخدمت إيه ؟ أو عملت إيه؟ أو استفدت إيه؟ وهو ما يمثل تقييم لأداء الطفل وتوجيه اهتمامه لضرورة الاستفادة من هذا الاستخدام، وأنه ليس شيئا ترفيهيا بالكامل ولكن له جوانب عديدة يمكن الاستفادة منها وهي تثير لدى الطفل الرغبة في إقناع الآخرين بجدوى الاستخدام وأهميته بالنسبة له بما يدفعه إلى الإجابة عن هذه التساؤلات.

أما المشاركة في تنمية مهارات معينة بعد الاستخدام تأتي كنتيجة لنجاح الطفل في استخداماته ورغبته في مواصلة التقدم، وهي توضح أيضاً أن استخدام الحاسبات الآلية لا يقف عند حد معين ولكنه دائم التطور.

وتفيد مناقشة الطفل في مشكلات الاستخدام وعيوبه في تدارك أخطاء الاستخدام وتحسين الأداء الجديد بما يساعد على استمرارية الاستخدام وتطويره، كما يؤدي إلى توسيع المعرفة لدى المستخدم وخاصة إذا تعلق بموضوعات عن

تركيب الجهاز وعيوبه الداخلية وربما ترجع قلة نسبتها في نتائج البحث إلى أنها تتطلب معرفة جيدة وعلم متخصص من المشارك للطفل حتى يستطيع إفادة الطفل والإجابة على تساؤلاته، كما أنها تتطلب درجة عالية من الإدراك من جانب الطفل المستخدم تمكنه، من فهم الموضوعات المتخصصة المتعلقة بمشكلات الاستخدام وتوضح النتائج انخفاض نسبة المشاركين في كيفية إفادة الآخرين، وهي تدل على أن الطفل مازال في مرحلة الأخذ وتنمية مهاراته ومعلوماته ولم يصل بعد إلى إمكانية نقل الخبرة للآخرين، وهي تحتاج إلى تدريب وزيادة الإحساس بالثقة في النفس والتشجيع ورغبة الأشخاص الآخرين في الاستفادة منه.

أما المشاركة في وقت الاستخدام فقد بينت الدراسة انخفاض نسبتها، ويلاحظ انخفاض نسبتها أيضاً في النتائج الخاصة بالمشاركة قبل الاستخدام، مما يوضح أن الطفل لا يُسأل عن الوقت سواء قبل الاستخدام أو بعده إلا في حالات بسيطة [1].

***

(١) منال أبو الحسن. دوافع استخدام الأطفال للحاسبات الآلية وعلاقتها بالجوانب المعرفية، دار النشر للجامعات – ٢٠٠٣

٤ - تأثير وسيلة على أخرى

في أوائل الخمسينات، بعد ما أصبح التليفزيون يمثل تهديدا خطيرا للراديو، فقدت المواد الدرامية والكوميدية في الراديو الكثير من جاذبيتها لصالح برامج التليفزيون، مما أدى إلى تركيز الراديو على الموسيقى والأغاني والبرامج الموسيقية مع القليل من البرامج والأخبار والإعلانات، وهذه التغيرات في برامج الراديو لاقت قبولا فوجدت الدراسات أنه مع ظهور التليفزيون، فإن كمية الوقت الذي كان يقضيه الأطفال والمراهقون مع الراديو ظلت متقاربة إلى حد كبير كما كانت عليه في البدايات الأولى لظهور الراديو وقبل ظهور التليفزيون (١).

إن ظهور وسائل اتصال جديدة تؤدي إلى إعادة بناء أو تغيير الطريقة التي يظهر بها المستخدمون لوسائل الاتصال الموجودة مسبقا يسمى بفرض الإحلال Media substitution Hypothesis

وقد تحدث الكثير من الباحثين عن تأثيرات الإحلال فيم يتعلق بتأثير التليفزيون على الراديو، ثم تأثير تكنولوجيا الفيديو الحديثة (الفيديو الكابل - الفضائيات) على البث التليفزيوني الأرضي التقليدي، ثم تأثير استخدام كل من الكمبيوتر والإنترنت على استخدام وسائل الاتصال التقليدية ويقترح هذا الفرض أن التطور الهائل الذي حدث في مجال تكنولوجيا الاتصال سيغير ببساطة من استخداماتنا لوسائل الاتصال الأخرى سواء بطريقة كمية أو كيفية، فأي تطور في مجال معين من مجالات الاتصال يؤثر على المجالات الأخرى، فالتطور في مجال الاتصال هو عملية شديدة التنافسية، فكل تكنولوجيا جديدة يجب أن تتنافس مع

(1) Paik, Haejung" the history of children's Use of Electronic Media. In: Singer, G Dorothy & singer, l.. derome. (eds.,) Hand book of children and the media (London: sage publications, lnc., 2001, P.8.

الوسائل الأقدم على وقت ونقود المستهلك المستخدم لها(١) ويمكن النظر إلى استهلاك الوسيلة باعتباره سلوك تكيفي يتميز بعملية إعادة تنظيم مستمر ترجع إلى تغييرات في البيئة الاتصالية وإلى زيادة خبرات أفراد الجمهور(٢).

وهناك بعض المخاوف من إحلال وسائل الاتصال الحديثة محل الوسائل الأقدم وخاصة ما يخص انخفاض معدلات مشاهدة التليفزيون الناتج عن الشعبية المتزايدة للإنترنت وغيرها من تطبيقات الكمبيوتر.

فقد اهتمت عديد من الدراسات الحديثة بالوقت الذي يقضيه الأفراد في استخدام وسائل الاتصال الأخرى مقابل استخدام الكمبيوتر. وهناك من حدد ثلاثة أسباب لانخفاض معدل استخدام الوسائل التقليدية للاتصال وهي الحدود أو القيود على وقت الفراغ، مما يعني أن الزيادة في معدلات استخدام الأفراد للكمبيوتر ستؤدي بدورها إلى انخفاض معدلات استخدام وسائل الاتصال الأخرى.

٢- المزايا التي يتمتع بها الكمبيوتر خاصة ميزة التفاعلية والتي تجعل هذه الوسائل أكثر إثارة لاهتمامات أفراد الجمهور وأكثر أهمية بالنسبة لهم من الوسائل الأخرى.

٣- إن أطفال اليوم ينشئون في ظل أجهزة الكمبيوتر ويتعودون على استخدامها أكثر من جيل الآباء.

كذلك من الموضوعات المهمة للتأثيرات هو موضوع انخفاض معدلات

---

(1) Wafai, Mohamed "Computer technology and mass media consumption" Egyptian journal of communication. Research V.4,1991.p.14.

(٢) سعيد محمد السيد ، استخدامات الطفل لبرامج التليفزيون والإشباعات التي تحققها – مجلة كلية التربية – كلية التربية بدمياط – جامعة المنصورة ع ١٨ . ج٢ يناير ١٩٩٣م ص ١٨٦.

القراءة وسقوط الثقافة المطبوعة بين الأطفال والمراهقين، فتناول بعض الباحثين تأثير التليفزيون ووسائل الاتصال الإلكترونية وغيره من الوسائل التي تعتمد على تغذية الفيديو من ناحية وبين الكمبيوتر والإنترنت أو الوسائل التفاعلية من ناحية أخرى، حيث ظهرت علاقة ارتباط سلبية بين مشاهدة الأطفال للتليفزيون والقراءة، وأكدت دراسات أخرى على أن المشاهدة التليفزيونية ترتبط سلبياً بالقراءة الحرة وتزداد قوة هذه العلاقة عندما تزداد معدلات المشاهدة التليفزيونية . كما وجدت الدراسات أن اتجاهات الأطفال نحو القراءة وقدرتهم على التركيز أثناء القراءة تتأثر سلبا بمشاهدة التليفزيون، مما يؤدي إلى انخفاض عدد الكتب التي يقرأها الأطفال وهذه التأثيرات السلبية تراكمية تبدأ خلال السنوات الأولى من مرحلة الطفولة وتستمر حتى سنوات ما قبل المراهقة، كنتيجة لسنوات طويلة من الخبرات السارة مع التليفزيون، حيث ينظر الأطفال إلى التليفزيون على أنه وسيلة سهلة وجذابة للترفيه تقدم لهم إشباع مباشر لاحتياجاتهم أكثر من الكتب [(١)].

وفي دراسة [(٢)] لاستخدامات الأسرة المصرية لوسائل الاتصال الإلكترونية تبين ارتفاع نسبة استخدام الأسرة للتليفزيون في مقابل باقي الوسائل الإلكترونية بمتوسط زمن تعرض ٢٩ , ٢ ساعة.

وتحظى التمثيليات والمسلسلات العربية بنسبة مشاهدة عالية فيما يتعلق بالتليفزيون، أما الراديو فقد شغلت الموسيقى والأغاني المرتبة الثانية من حيث معدل الاستماع بعد القرآن الكريم . واحتلت في نفس الوسيلة الأعمال الدرامية

(1) Desmond, Roger., free Reading: Implications for child Development. In singer, G. Dorothy,& singer, L. Jerome (eds,). Handbook of children and The Media – (London: sage publication, Inc, 2001) pp39-43.

(٢) ليلى حسين محمد السيد – استخدامات الأسرة المصرية لوسائل الاتصال الإلكترونية ومدى الإشباع الذي تحققه – رسالة دكتوراه – كلية الإعلام – جامعة القاهرة ، ١٩٩٣.

المرتبة الرابعة من المستمعين بالعينة . وبينت الدراسة أن الدوافع النفعية المتمثلة في تعلم الأشياء، وتعليم الذات وإدراك الواقع والخاصة بالتليفزيون أقوى عند الأسر المصرية من الدوافع الطقوسية والمتمثلة في قضاء الوقت والاستثارة والاسترخاء والتعود والهروب والتوحد والصداقة. وبالنسبة للراديو تتقارب الدوافع النفعية والطقوسية، أما ما يتعلق بوسيلتي الفيديو والكاسيت فنجد أن الدراسة توصلت إلى زيادة الدوافع الطقوسية عن النفعية في كلتا الوسيلتين وربما يرجع ذلك إلى ما يتاح للجمهور في السوق من هذه المنتجات وربما يرجع إلى المرحلة العمرية المستخدمة لهذه الوسائل حيث تزداد استخدام الشباب لها وهي المرحلة التي يفضل فيها المواد الترفيهية كالأغاني والأفلام السينمائية.

وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الإشباعات شبه التوجيهية تحتل المرتبة الأولى بين جميع أنواع الإشباعات المتحققة من استخدام وسائل الاتصال الإلكترونية وهي تتمثل في الشعور بالمتعة والسعادة واستعادة النشاط والحيوية والشعور بالراحة والاسترخاء .

وفي دراسة (١) لاستخدامات التليفزيون وإشباعاته في سلطنة عمان تبين أن أكثر دوافع التعرض للتليفزيون هي الحاجة إلى الاسترخاء والترفيه، وأن الطالبات يتفوقن على الطلبة في التعرض لبرامج الموسيقى والغناء والتمثيليات العربية والأجنبية وبرامج المنوعات(٢).

***

(١) حسن عماد مكاوي – استخدامات التليفزيون وإشباعاته في سلطنة عمان – مجلة بحوث الاتصال العدد الثامن ديسمبر ١٩٩٢ – كلية الإعلام جامعة القاهرة.

(1) Fergusan, A. Dongles and parse, M Elisabeth the worldwide web as funct ianal alternatiul to television jowral of Broaclcaeting 8 elat- rovic media v. 44 .w. 2 2000 pp155-174.

٥ ـ تأثير وسائل الإعلام
على الثقافة اللغوية ولغة الحديث

يتعرض الجمهور المستخدم لوسائل الإعلام والاتصال إلى العديد من الأنماط اللغوية التي تتفق أو تختلف أو تتشابه مع اللغة التي يستخدمها الناس، فتستطيع وسائل الإعلام من خلال كلمات الحوار أو الحديث أو اللغة التي يستخدمها الممثلون والمطربون أن تؤكد على معاني لغوية موجودة بالفعل وتثريها وهي بذلك تقوم بوظيفة لحفظ التراث اللغوي والثقافي للجمهور، ولكن عندما يتم استخدام كلمات ومصطلحات وتعبيرات لغوية جديدة في شتى وسائل الإعلام وتصبح النمط اللغوي الشائع في المنتجات الإعلامية المختلفة تبدو هنا عملية التغيير والتأثير على لغة الجمهور والمستخدمين وخاصة كثيفي الاستخدام، وربما يصبح الأمر أكثر تأثيرا عندما يأتي العمل في قالب فني أو غنائي أو من خلال كلمات لممثل مشهور في عمل مسرحي، أو من خلال استخدام تكنولوجيا جديدة للاتصال وعندما اتجه الصحفيون إلى استخدام لغة بسيطة وابتعدوا عن اللغة العربية الفصحى والكلمات الصعبة غير المستخدمة ابتدعوا لغة جديدة لا هي عربية فصحى ولا هي عامية، وأطلقوا عليها لغة الصحافة، وكان من نتيجة ذلك اختلاف النمط اللغوي المستخدم في الصحف والمجلات عن الكتب الثقافية أو التعليمية والمتخصصة، وهي ما تلائم فئات خاصة وطبقات مثقفة بدرجات متفاوتة، ولكن استخدام اللغة الصحفية جاء ليقرب بين فئات الجمهور في مساحة وسط بين المثقفين والعامة أو غير المثقفين وربما من هم في أول سلم القراءة فقط.

وهناك عدة طرق تعمل من خلالها وسائل الإعلام على تغيير أنماطنا اللغوية منها:

* الحصيلة اللغوية: حيث تزداد حصيلتنا اللغوية باستخدام وسائل الإعلام سواء عربية أو عامية أو أجنبية وقد دعم زيادة الحصيلة اللغوية استخدام وسائل الإعلام والاتصال الحديثة والتي تسمح بالتفاعل مع الجمهور الكتابي أو اللفظي المنطوق.

* تعليم لهجة جديدة أو لغة جديدة ، وقد ظهر ذلك واضحا على تعلم الأطفال العرب للهجة المصرية التي يسمعونها في برامج الأطفال والأغاني والمسلسلات العربية، وقد أدى التطور التكنولوجي الحديث إلى زيادة تعرض المواطن العربي للهجات عربية عديدة نتيجة للبث الفضائي للقنوات العربية ووصلها إلى جميع الدول العربية فاستمع المصري للهجة اللبنانية والسورية والسعودية وأصبح يدخل كثير من تعبيراتها اللغوية في حديثه الدارج.

أما تعليم اللغة الجديدة فقد ظهر بوضوح من خلال استخدام الشباب للإنترنت كوسيلة اتصال من خلال العديد من التطبيقات مثل الدردشة أو الشات وجماعات النقاش والرسائل الاتصالية والبريد الإلكتروني . وكذلك التصفح للمواقع الأجنبية.

* إضفاء معاني على المفردات اللغوية . والتي ربما تتعارض مع الواقع فتثير كثيرا من الجدال وتظهر مثل هذه المعاني كثيرا في النشرات الإخبارية أو الصحف، وفي الأعمال الدرامية والغنائية. وقد تثير كلمة واحدة يتم عرضها في وسائل الإعلام جمهورا بأكمله وتستدعي عقد المؤتمرات والندوات والبرامج واللقاءات الصحفية، وما أدل على ذلك بما قاله بابا الفاتيكان في محاضرة له ألقاها يوم ١٢ سبتمبر حيث كانت العبارة الأصلية التي عرضها نقلاً عن الإمبراطور البيزنطي إيمانويل الثاني والتي أثارت غضب المسلمين حول العلاقة بين الدين والعنف بوجه عام قائلاً له: " فقط أرني ما الجديد الذي أتى به بحد السيف" وهو ما كان يتطلب الاعتذار رسمياً للمسلمين ومن خلال وسائل الإعلام لحل المشكلة والتي أثارتها بشدة

وسائل الإعلام وخاصة الفضائية.

وهذا جزء من مقالة عرضت في جريدة الأسبوع على الشبكة العنكبوتية (٢أكتوبر ٢٠٠٦) "المشكلة في حقيقة الأمر ليست في النص الحرفي للكلمة، لكن المشكلة الحقيقية في المغزى من وراء استخدام هذه العبارة وهذه الصورة النمطية المعادية للإسلام وبصورة مستفزة لإثارة غضب العالم الإسلامي بأسره خاصة حين يصدر ذلك عن رأس الكنيسة الكاثولوكية نفسها وكأن ذلك يصب في خانة التحريض على الإرهاب خاصة حين يأتي في هذا الوقت بالذات ومواكبتها للذكرى الخامسة لأحداث ١١ سبتمبر وذلك في ١٢ سبتمبر، وبعد أيام قليلة من حديث الرئيس بوش عما أسماها بالفاشية الإسلامية وهو ما فسر من قبل الكثيرين ومعهم حق مثل الدكتور يوسف القرضاوي بأن ذلك يبدو وكأنه تأصيل ديني من قبل البابا للفكرة السياسية التي أطلقها بوش عن تطوير حربه ضد ما أسماه بالفاشية الإسلامية".

ويمكن عرض نموذج تطبيقي لتأثيرات وسائل الإعلام على اللغة من خلال دراسة جول الرسوم المتحركة في التليفزيون المصري وعلاقتها بالجوانب المعرفية للطفل [(١)].

حيث يتبين من هذه الدراسة أن الرسوم المتحركة يتم عرضها بأنماط لغوية متعددة فمنها العامية المصرية والعامية بلهجات عربية أخرى كاللبنانية والأردنية، ومنها باللغة العربية ومنها باللغة الإنجليزية والفرنسية ومنها ما يعتمد على التمثيل فقط والموسيقى والمؤثرات الصوتية. وخطورة هذا المنتج الإعلامي إنه يقدم للطفل بمراحل عمره المختلفة وهي مرحلة عمرية يتم فيها اكتساب اللغة الأم وربطه

---

(١) منال أبو الحسن – الرسوم المتحركة في التليفزيون وعلاقتها بالجوانب المعرفية للطفل ، دار النشر للجامعات، ١٩٩٨م.ط١.

بالبيئة الاجتماعية والثقافية، وقد تبين من الدراسة أن الرسوم المتحركة تعد أهم القوالب الفنية المفضلة للطفل وبالتالي يأتي تأثيرها في الجوانب المعرفية لديه بشكل واضح ومنها اللغة . ومعظم هذه المنتجات أجنبية غير منتجة محلياً ويتم دبلجتها بالعامية أو بالعربية لعرضها على الطفل المصري والعربي .

وتوضح العديد من الدراسات مدى ملاءمة اللغة العربية التي يمكن أن تقدم من خلال الرسوم المتحركة الموجهة للطفل فإذا كان الطفل في سن الطفولة المبكرة قادر على فهم اللغة العربية الفصحى، وأن زيادة نسبة المفردات الفصيحة تزداد بزيادة سن الطفل فإن ذلك يوضح أن اللغة العربية لا تسبب أي عوائق في فهم الرسالة الموجهة إليه باللغة العربية واستيعابها بسهولة.

وهناك نمط لغوي غريب على اللغة العربية وهو الفصحى المدبلجة في إحدى الدول الأجنبية غير الناطقة بالعربية، ويتضح فيها تشويه نطق اللغة العربية بما يؤدي إلى اختلاف المعنى لدى الطفل مثل (عمي تنطق أمي ، لئيم تنطق لكيم) وهو ما تم عرضه في برنامج سينما الأطفال بالتليفزيون المصري بتاريخ ٩/ ٨/ ١٩٩٦م.

ويلاحظ أن عدم فهم الطفل للحوار الأجنبي يفقده عنصرا أساسيا من عناصر التعليم، مما يؤدي إلى قصور في استقبال المعلومات استقبالا متكاملاً، فالطفل يعتمد على الصورة المتحركة والمؤثرات الصوتية والموسيقى حتى يستطيع فهم المضمون ولكنه يفهم فهما ناقصا وغير سليم ذلك لأن إعداد العمل الفني كان يضع في البداية عنصر الحوار ضمن عناصر العمل الفنية وبالتالي فإن اللغة هنا تمثل عنصرا أساسيا لتوصيل الرسالة، أما في حالة الرسوم المتحركة التي لا تعتمد على اللغة فإنها تجعل من عناصر الصوت الأخرى العناصر الأساسية لتوصيل الرسالة الفنية.

فهناك فرق بين اللغة اللفظية والوسائل غير اللفظية من حيث الطريقة التي يتم بها فهم المعاني التي تتضمنها كل منهما فاللغة اللفظية تستند أساساً على الرموز، ويطلق عليها رموز التتابع أوالتوالي ، وبالتالي فإن طريقة الفهم لمعاني هذه اللغة تقوم

على قراءة الفرد لألفاظ الجملة الواحدة لفظا لفظاً وذلك تبعاً لترتيب كتابتها ونطقها، محددا ذلك بقواعد اللغة من نحو وصرف . بينما ترى أن الوسائل غير اللفظية لكي تتم عملية انتقال معانيها إلى الأفراد، سواء عن طريق الصور أو غير ذلك، مستند أساساً على عرض الوسيلة ككل، وبالتالي فإن إدراك الفرد يتم بطريقة كلية [1] .

وفي الرسوم المتحركة فإن النوع الذي لا يعتمد على اللغة المنطوقة يتميز بالحركة الكاملة للشخصيات، وسرعة حركة اللقطات بها يساعد على إعطاء معلومات معينة للطفل ويساعد على جذب الانتباه للفيلم، كما أن قصر مدة عرضها لا تسبب الملل للطفل، ويساعده على تذكر المعلومات التي تحتويها.

***

(١) نوال محمد عطية، علم النفس اللغوي، مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٧٥م ص٣٠.

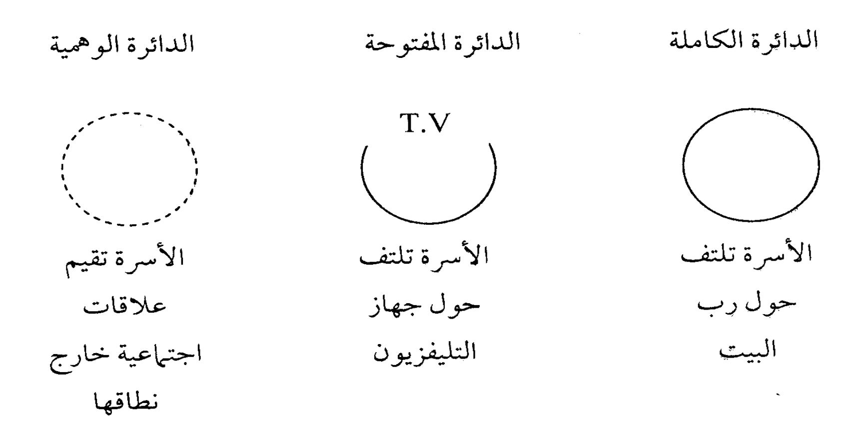
الخاتمة

إن الدراسة في مجال علم الاجتماع الإعلامي تتسع وتتطور بتطور المجتمعات واستخدامها لتقنيات الاتصال الحديثة، وكذلك تتطور الرؤى النظرية للعلاقة بين عناصر الاتصال من مرسل ورسالة ومستقبل وتتطور العلاقات بينهم بما يحقق مزيدا من قدرة المرسل على التأثير ومزيدا من قدرة المستقبل أو الجمهور على الاستفادة من الرسالة الإعلامية وتوظيفها، وتتعدد كذلك وتتنوع الرسائل الإعلامية وتتشكل بأشكال تتناسب مع تطور وسائل الإعلام والاتصال، مثل هذا التنوع الهائل لمصادر المعلومات والتطور التقني للوسيلة الإعلامية وقدرتها على تخطي حدود الزمان والمكان أسفر عن العديد من المفاهيم الإعلامية التي ربما لم نسمع عنها من قبل كعصر المعلومات وعصر الاتصالات وعصر التقنيات، وتحول الجمهور من متلقي إلى مستخدم ومنتج للرسالة الإعلامية، وتحول وتغير المجتمع تبعاً لذلك فزادت العلاقات الاجتماعية ولكن على نطاق جديد نطاق لا يسمح بالتواجد الاجتماعي المباشر وظهر مصطلح جديد لهذا التواجد وهو المجتمع الافتراضي وأصبح هناك اتصال تبادلي من خلال استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي سمحت بالتفاعل بين مرسل الرسالة ومستقبلها وأصبحت العلاقة بينهما علاقة تبادلية في كثير من الأحيان. وإذا كانت الدراسات الإعلامية العديدة قد بينت ضعف العلاقات الأسرية نتيجة لزيادة استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة، فإن دراسات إعلامية أخرى قد بينت توسع هذه العلاقات في نطاق اجتماعي آخر فهناك علاقات اجتماعية ولكن من نوع آخر، ومثل هذه العلاقة سمحت للجيل الجديد المستخدم لها بسهولة الانفلات من السياق القيمي

والأخلاقي، وربما الاقتناع بنوع ثقافي جديد يتمثل في اللغة وأنماطها الجديدة المستخدمة من قبل الشباب وهم أكثر فئة مستخدمة لهذه التكنولوجيا ومثل هذا التطور لعناصر الاتصال أفرز العديد من النظريات الإعلامية التي أضافت علاقات جديدة وخصائص وقدرات على كل من المرسل والرسالة والوسيلة والمستقبل. فالتليفزيون تطور ليكون في بعض البلدان تليفزيوناً كابلياً، والقنوات الأرضية تطورت لتكون قنوات فضائية إلى جانب الأرضية، وفتحت السماوات أمام البث الفضائي المباشر مما قلل من قدرة الدولة على السيطرة على الرسالة الإعلامية.

ولم يقف الأمر عند حد الدولة ولكن كان الأدهى والأمر فيما يخص الرقابة الأسرية أو الوالدية على الاستخدام وعلاقة الأبناء بالوالدين، ومدى تغيير مفاهيم كالحرية والمسئولية. وإذا جاز أن نعتبر العلاقات الاجتماعية داخل الأسرة قبل ظهور وسائل الإعلام الحديثة كانت علاقة دائرية تسمح لجميع أعضاء الأسرة بالالتقاء والالتفاف حول رب البيت، ثم تطورت العلاقة وانفتحت الدائرة ليوضع مكان رب البيت جهاز التليفزيون ليلتف حوله الأسرة وأصبح الحديث حول ما يشاهد يتم تبادلياً فقلت قدرة رب البيت على التأثير أو فرض السلطة الأبوية، ثم تطورت العلاقة الأسرية فأصبحت أكثر حدة بعدما أصبح في الإمكان وضع أكثر من جهاز تليفزيون بالبيت فتقطعت الدائرة الأسرية وأصبح لكل فرد فيها ما يناسب تطلعاته واهتماماته.

ثم تكونت الدائرة مرة ثانية ولكن في هذه الحالة أصبحت متقطعة لتناسب الاتصال عبر الإنترنت فهناك التفاعل والحوار والعلاقات الاجتماعية ولكن يصعب أن تحل محل المجتمع الواقعي . والمهم أن المجتمع تقبل هذا النوع من العلاقة الاجتماعية الافتراضية.



شكل (١١) يوضح تطور العلاقات الاجتماعية
داخل الأسرة بتطور وسائل الإعلام والاتصال

السؤال الآن هو هل سيؤدي الإعلام بتقدم تقنياته إلى ضعف وزعزة النظام الاجتماعي بدءاً بالأسرة كنواة أساسية للمجتمع، ربما يجيب على هذا التساؤل دراسة أجريت في إسرائيل حول بر الوالدين واستخدام الشباب للإنترنت على عينة من الطلبة المسلمين واليهود بجامعة القدس، تبين من نتائج الدراسة أن الطلبة المسلمين أكثر براً بوالديهم وأن استخدامهم زاد من العلاقات الأسرية والترابط الأسري، وهذا يوضح أن هناك جوانب أخرى تؤثر على قوة العلاقات الاجتماعية والترابط الأسري ليس فقط وسائل الإعلام ولكن من يستخدم هذه الوسائل، وإلى أي حد يستطيع الانتقاء وحسن الاختيار وكيف يتمسك بثوابته الثقافية والدينية، وما هي القيم الأخلاقية التي يرتكز عليها، أمور على درجة عالية من الأهمية، وهو

ما يؤكد أن الإعلام ليس وسيلة فقط ولكن عناصر مترابطة تؤثر كل منها على الآخر وتتأثر به.

***

المراجع العربية

١- أحمد بدر – الاتصال بالجماهير بين الإعلام والتطويع والتنمية – دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع ١٩٩٨م ص ٣٠٠-٣٠١ .

٢- أحمد محمد المعتوق، الحصيلة اللغوية، عالم المعرفة- الكويت – المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ١٩٩٦م.

٣- المنصف الشنوفي – ياسين الياسين ، دور الإعلام في التنمية – دراسات إعلامية – منشورات ذات السلاسل – الكويت ١٩٩٥م ص٣٨٩.

٤- انشراح الشال – مدخل إلى علم الاجتماع الإعلامي ، دار الفكر العربي ٢٠٠١م ص٣٠٦-٤٣٨.

٥- جبارة عطية جبارة – علم اجتماع الإعلام – عالم الكتب ١٩٨٥م ص١٩

٦- جمال محمد أبو شنب، نظريات الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية ص٣٥.

٧- جيهان رشتي ، الأسس العلمية لنظريات الإعلام ، ط٢ ١٩٧٨م، ص٢٢٤-٢٣٨.

٨- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة ، مكتبة عين شمس، ص١١٤-١١٦.

٩- حسن عماد مكاوي – استخدامات التليفزيون وإشباعاته في سلطنة عمان – مجلة بحوث الاتصال العدد الثامن ديسمبر ١٩٩٢ – كلية الإعلام جامعة القاهرة.

١٠-سعيد محمد السيد ، استخدامات الطفل لبرامج التليفزيون والإشباعات التي تحققها – مجلة كلية التربية – كلية التربية بدمياط – جامعة المنصورة ع ١٨ . ج٢ يناير ١٩٩٣م ص ١٨٦.

١١-سهير عادل محمد صبحي العطار " تقلص التفاعل الاجتماعي في الأسرة و أثاره علي تنشئة الطفل " دراسة حالة علي عينة من الأسر بأحد أحياء مدينة القاهرة في المؤتمر العلمي السنوي (أطفال الغد وتنشئته) مركز دراسات الطفولة –معهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس ١٩٩٨ ص ٨٤-١٢٠ .

١٢-عبد اللطيف حمزة: الإعلام له تاريخه ومذاهبه، القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٦م ص١٤٠

١٣-عواطف عبد الرحمن، قضايا التبعية الإعلامية والثقافية، دار الفكر العربي، ١٩٨٣م، ص٧٣-٧٦.

١٤-فريال مهنا- علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية – دار الفكر المعاصر – دمشق ط١ ، ٢٠٠٢،ص٣١٠-٣٩٩.

١٥-كريم زكي حسام الدين – اللغة والثقافة – دار غريب، ٢٠٠١م.

١٦-قباري محمد إسماعيل، علم الاجتماع الجماهيري وبناء الاتصال، منشأة المعارف الإسكندرية ص٣٦٣-٣٧٣.

١٧-ليلى حسين محمد السيد – استخدامات الأسرة المصرية لوسائل الاتصال الإلكترونية ومدى الإشباع الذي تحققه – رسالة دكتوراه – كلية الإعلام – جامعة القاهرة ، ١٩٩٣م.

١٨-محمد الجوهري وآخرون – بوتومور – تمهيد في علم الاجتماع – دار المعارف ط٥، ١٩٨١م، ص٣٢.

١٩-محمد عاطف غيث ، قاموس علم الاجتماع ، الهيئة المصرية العامة للكتاب -الإسكندرية ١٩٧٩م، ص٤٣٢.

٢٠-محمد عودة – أساليب الاتصال والتغيير الاجتماعي – دار المعرفة الجماعية ١٩٩٨م ، ص١٨٧.

٢١-محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط١ القاهرة: عالم الكتب ١٩٩٧م، ص ٥٢ – ٥٣.

٢٢-محمد عبد الله الجريبيع، وسائل الإعلام العربي والعولمة الثقافية ، مجلة الدراسات الإعلامية العدد ١٠٠ يوليو ٢٠٠٠م.

٢٣-محمد منير حجاب – أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية – دار الفجر للنشر والتوزيع ص١٢-١٣.

٢٤-محمود حسن إسماعيل، التنشئة السياسية دراسة في أخبار التليفزيون دار النشر للجامعات ١٩٩٧م ، ص ١٠٤ – ١٠٥

٢٥-محمود حسن إسماعيل ، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير ، مكتبة الدار العالمية للنشر والتوزيع ١٩٩٨م ، ص٢٧٨.

٢٦-ملفين ديلفور، ساندرا دوكينش، نظريات وسائل الاتصال ، ترجمة كمال عبدالرؤوف ط١ – القاهرة- الدار الدولية للنشر والتوزيع١٩٩٣م، ص٤١٣٣.

٢٧-منال أبو الحسن – الرسوم المتحركة في التليفزيون وعلاقتها بالجوانب المعرفية للطفل ، ١٩٩٨م.ط١

٢٨-منى إبراهيم حامد الفرنواني، بعض ملامح التغير الاجتماعي والثقافي في الريف المصري كما تعكسه عادات دورة الحياة – دراسة متعمقة لقرية مصرية – دراسة غير منشورة للحصول على درجة الدكتوراه – كلية البنات – جامعة عين شمس ١٩٨٩م

٢٩-منى سعيد الحريري/ سعد محمد إمام – الإسلام والمجتمع – الدار العصرية اللبنانية ٢٠٠٤م ، ص١٣٣.

٣٠-نوال محمد عطية، علم النفس اللغوي، مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٧٥م، ص٣٠.

المراجع الأجنبية

31- Abdullah , R.A.(2001)the internet in the middle East : An overview of developments and current status paper presented at the national can .association, Atlanta ,GA

32- Becker,s,I, Discovering Mass communication 2and Ed. Scott, for esman & company. 1987,pp 443-449)

33- Ball Rokeach, sand M. Defleur, " A dependency Model of mass communication effects" communication Research. Vol.3,1976 ,pp 3-21

34- Denis Meauail, Mass communication theory "sage publications London, Beverly Hills, New Delhi, 1983,p 44

35- Desmond, Roger., free Reading: Implications for child Development. In singer, G. Dorothy,& singer, L. Jerome (eds,). Handbook of children and The Media – (London: sage publication, Inc, 2001) pp39-43

36- Dimmicket . al, "Home E-Mail Relation al maintenance & Gratification opportunities & journal of Broadcasting & Electronic Media vol. 43,N0,4.1999 pp 659-670.

37- Dorothy & singer, l.. derome. (eds.,) Hand book of children and the media (London: sage publications, Inc., 2001, P.8 Fulk, Sting field and power A social information processing model of media use in organization "Communication research", vol.14, No.5, 1987, p.531

38- Fulk, Stinfield and power A social information processing model of media use in organization "Communication research", vol.14, No.5, 1987, p.531.

39- Fulket al. (1987) Asocial InformatiOn Processing Model of Media Use in Organizations. Communication. Research vol lvt, No 5.1987. pp.522-552Grohol, john M. (1999) "Internet Addiction Guide" Available on line at: Internet Addiction – Dr Grohol's Mental Health page online Addiction htm Access on: 21 st of November, 2002

40- Johnson& Barbara k. Kaye "Cruising is believing" comparing Internet and traditional Sources on mass Media Credibility Measures" journalism & Hass communication. Quarterly vol. 75,1998,.pp.325-340.

41- Joseph Walther "computer mediated communication impersonal, interpersonal and hyper personal interaction" communication research, vol. 23 no 1996, p7

42- Kraut at. al. (1998) "Internet paradox: A Social technology that Reduces Social Involvement & Psychological well–Being?" Available on–line at http:

43- Milkie A Mellissa "Mass Media and Gender in the Adolescent Peer Group" Journal of contemporary vol. 23 . No3 October 1994, pp 354-380.

44- Ogan , Christine list server communication. During the gulf war: what kind of medium is the Electronic Bulletin Board Journal of broad costing & Electronic Media. vol.37, No .21993 , pp178

45- Paik, Haejung" the history of children's Use of Electronic Media. In: Singer, G Dorothy & singer, l... dreamer. (eds.,) Hand book of children and the media (London: sage publications, Inc. 2001, P.8

46- Petronio et. Al. " (Mis) communicating Across Boundaries: Interpersonal & Inter group considerations" Communication Research. Vol. 25, No. 6.1998, P.577.

47- Postmeset. Al., "Breaching or Belding Social Boundaries? SIDE – effects of Computer Mediated cam. Com. Research. Vol 29, No6,1998 ,pp 689-715.

48- Soha Mohemed Zaki "The image of women in drama and women's programs in Egyptian Television "unpublished. PhD Cairo Faulty of mass communication Cairo University 1982.

49- Villagas, Bernardo M. "Social Impact of New communication. Technologies" Social Impact of New com. Technologies" Media Asia vol. 24, No.4, 1997, pp.183-187.

50- Wafai, Mohamed "Computer technology and mass media consumption" Egyptian journal of communication. Research V.4, 1991.p.14.

51- Walther, Anderson and Park," Interpersonal effects in Computer Mediated communication. A Meta analysis of Social and antisocial communication. "Communication Research, Vol., 21 No. 4, 1994 p.462.

52- Walther, Slovak Tidwell", Is a picture worth a thousand word: photographic images in log term and shot term computer mediated communication." Communication Research", vol. 28, no 1, 2001, P lo6- 107.

53- walther, Joseph B., "Anti separated on going interaction versus channel effects an Relational communication in computer.–Mediated Interaction. "Communication research". Vol.20 .no4, 1994, p494.

54- Walter Gantz "on live Privacy Issues Associated with web sites for children" Journal of Broad casting & Electronic Media vol 44, No, 2,2000, pp.197-158.

55- William E. Loges and Sandra J. Ball,Roreach "Dependency Relation and ews paper Readership" journal ism Quarterly, vol., 19 No 3, 1993 p.6o3

56- Williams, F., Phillips, A., & lump, P. Gratifications associated with new communication. Technologies. Ink. Rosengren , d . wenner , &p . palmgreen (Eds.), Media Gratifications Research : current perspectives,1985, (pp.241.252).Beverly Hills, CA: sage .

57- (1) W.R.Spence, " Innovations: The Communication of change in Idea, Practices and Products" first Edition, dondon, chapman & Hall,1994 p.16.

58- www.apa.org/jarnals/amp/amp/53 9 1017.html Access on: 26 th of December /2001 Lasswell , H.D. "the structure and function of communication in society" in w. Schramm ,&D .Roberts (eds) the press and Effects of Mass communication Urbana University of Ilion is press1971,p.84:90 .

الفهرس

الفصل الثالث

وظائف وسائل الإعلام والاتصال

الفصل الرابع
تأثيرات وسائل الإعلام

